

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

CARLA ALESSANDRA CURSINO

YURI RIBEIRO ALHANATI

OS NOVOS CHARGISTAS BRASILEIROS E O JORNALISMO OPINATIVO

Curitiba

2010

Carla Alessandra Cursino
Yuri Ribeiro Alhanati

OS NOVOS CHARGISTAS BRASILEIROS E O JORNALISMO
OPINATIVO

Projeto teórico apresentado à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II.

Universidade Federal do Paraná,
Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes,
Departamento de Comunicação Social – Curso de Jornalismo.

Orientadora: Prof^a Dra. Myrian Del Vecchio Lima

Curitiba
2010

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	05
INTRODUÇÃO	06
JUSTIFICATIVA	08
OBJETIVOS	11
METODOLOGIA	12

1. DA OPINIÃO À INFORMAÇÃO: AS MUDANÇAS NO JORNALISMO ENTRE OS SÉCULOS XVII E XX

	14
1.1. A trajetória do jornalismo brasileiro	16
1.2. O Jornalismo Opinativo	19
1.3. Condicionamentos à opinião jornalística	21
1.4. Os Gêneros do Jornalismo Opinativo	22

2. A CHARGE

2.1. A charge e linguagens gráficas semelhantes	31
2.2. Breve História da Charge e da Caricatura	33
2.3. A Charge no Brasil – Primeiros Dias	34

3. O PERFIL DAS CHARGES DURANTE A DITADURA MILITAR NO BRASIL

	36
3.1 – As origens do governo militar brasileiro	39
3.2 – O governo Castelo Branco: 1964-1967	40
3.3 – O governo Costa e Silva: 1967-1969	44
3.4 – O governo Médici: 1969 – 1974	48
3.5 – O governo Geisel: 1974 – 1979	56
3.6 – O governo de João Batista Figueiredo: 1979 – 1985	61

3.7 – Resumo da produção de charges no período da ditadura militar brasileira	66
---	----

4. A REDEMOCRATIZAÇÃO DO BRASIL

4.1. – O governo Sarney: 1985 – 1990	67
--------------------------------------	----

4.2 – O governo Collor: 1989 – 1992	68
4.3 – O governo Itamar Franco: 1992-1994	74
4.4 – Governo Fernando Henrique Cardoso: 1994 – 2002	75
4.5 – O governo Lula: 2003 – 2010	81
4.6 – As charges no período pós-redemocratização do Brasil	90
5 A NOVA GERAÇÃO DE CHARGISTAS	93
5.1 – O desenvolvimento da Internet e sua chegada ao Brasil	93
5.2 – O jornalismo on-line	95
5.3 – Os chargistas brasileiros na Internet	98
6. LIVRO-REPORTAGEM , BIOGRAFIA E PERFIL JORNALÍSTICO	108
6.1 – O livro-reportagem	108
6.2 – Jornalismo literário	110
6.3 – Roteiro do livro-reportagem <i>Deus sabe que eu não faço esses quadrinhos por mal – perfis jornalísticos sobre a nova geração de chargistas</i>	114
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	116
8. REFERÊNCIAS	119

AGRADECIMENTOS

Agradecemos as nossas famílias pelo apoio e amor incondicional.

À professora e orientadora Myrian Del Vecchio de Lima pela paciência e pelos sábios conselhos.

Ao professor Osvaldo Lima pelos conselhos durante a nossa pré-banca.

À professora Kelly Prudencio por nos fazer compreender o valor da pesquisa acadêmica e por nos dar os primeiros conselhos sobre este trabalho.

Ao grande amigo Guto Ramos, por sua amizade e pela hospedagem no Rio de Janeiro.

Ao também grande amigo Cássio Busseto por sua amizade e por sua coleção da *Chiclete com Banana*.

Aos demais amigos que apoiaram nossa dedicação a este trabalho.

Aos entrevistados Otto Guerra, Edu K., Flu, Denise Garcia, João Cabral, Tiago Lacerda, Marco Pozzano pelas conversas esclarecedoras.

À Mitie Taketani Utrab pelos descontos nos divertidos quadrinhos que adquirimos para a realização desta pesquisa.

À equipe do Banco de Dados da *Folha de S.Paulo* pelo auxílio com a coleta das charges antigas.

À Livia Brandão, por nos ajudar com o contato com Arnaldo Branco.

E, finalmente, a Allan Sieber, André Dahmer, Arnaldo Branco e Bennett, por nos deixarem contar suas histórias.

INTRODUÇÃO

As décadas de 1980 e 1990 são muito importantes no contexto da história recente no Brasil. Em 1985, o fim da ditadura brasileira inaugura o processo de redemocratização, que traria, nos anos seguintes, mudanças significativas em todas as áreas.

De acordo com Claus Offe (1984), nas últimas décadas do século XX as organizações burocráticas tentam adequar-se ao novo “mercado” político, o que desestrutura as bases dos partidos, suavizando a idéia de partidos de direita e partidos de esquerda. Com a redemocratização institucional e política brasileiras, a oposição foi neutralizada — todos se aproximaram mais um pouco do “centro” — e pouco espaço sobrou para os jornalistas (bem como para as empresas jornalísticas) mais alinhados às posições extremas. A nova organização dos partidos políticos e os novos rumos de um país que dava seus primeiros passos em um cenário de redemocratização, trouxeram, assim, conseqüências também ao jornalismo, sobretudo no gênero opinativo.

Uma das modalidades mais representativas e contundentes do jornalismo opinativo é a charge. Para Marques de Melo (1984), a charge é uma *“crítica humorística de um fato ou acontecimento específico. Reprodução gráfica de uma notícia já conhecida do público, segundo a ótica do desenhista.”* (Melo, 1994. p. 168). No entanto, deve-se ter em mente, como defende Herman Lima (1963), que as charges (e também as caricaturas) são uma *“arte geralmente considerada como um dom perigoso, mas próprio a tornar seu possuidor mais temido do que estimado”* (Lima, 1963, p.5).

Diante de todas as mudanças no cenário político do Brasil, e levando-se em conta que toda manifestação chargística carrega intrinsecamente um conteúdo ideológico, cabe aqui uma questão: qual o espaço da charge dita “de oposição” na política editorial da grande imprensa?

No Brasil, a idéia que o senso comum possui do jornalismo é que este deve apresentar ao público as notícias de maneira imparcial, característica fortemente marcada pela influência do jornalismo norte-americano. As opiniões sobre os fatos em pauta estão contidas nos subgêneros do jornalismo opinativo, como editorial, comentário, artigo, crônica, coluna e charge.

Contudo, o que se tem observado nos últimos anos no jornalismo brasileiro é a opinião condicionada aos rumos da política partidária nacional. Editoriais,

artigos, comentários e charges perdem o caráter de jornalismo interpretativo, como os define Edvaldo Pereira Lima (1993). O nosso pressuposto é que, além de atenuar o espaço do jornalismo interpretativo, a redemocratização reduziu – de maneira bastante elevada – os grandes espaços da opinião porque a imprensa hegemônica, sem as grandes bandeiras pelas quais se batia na época da ditadura militar, revela-se mais moderada e adota também uma postura politicamente mais “central”, tal qual os partidos políticos.

As charges políticas, enquanto subgênero do jornalismo opinativo, também sofreram mudanças em seu conteúdo. Se outrora eram meios de expressar uma opinião, muitas vezes radical, por meio da ironia e do humor, como defende Nery (1998), após a redemocratização perderam o caráter de oposição contundente, pois as críticas de maneira geral foram neutralizadas.

Entretanto, diante das novas dinâmicas sociais que marcaram o final do século XX e a primeira década do século XXI, surge no Brasil uma nova geração de chargistas e cartunistas que representam, em seu trabalho opinativo, uma nova fase da charge pós-período ditatorial. Jornalistas de formação ou não, são os que, no âmbito deste trabalho de pesquisa, chamamos de “os novos chargistas”.

JUSTIFICATIVA

A charge é um dos subgêneros mais importantes do jornalismo opinativo. Apesar de sua relevância, ainda é pouco estudada como tal, sobretudo quando se trata das produções mais recentes, isto é, aquelas produzidas no período que compreende a redemocratização do País, após o período de ditadura militar, até os dias atuais.

O jornalismo opinativo funciona como um catalisador da opinião pública, por meio da intermediação dos jornalistas, articulistas, especialistas e colaboradores nas mais variadas áreas do conhecimento, mas, sobretudo na política e na economia. Desempenha, assim, a função de mediação entre o fato e o espectador, conforme afirma Silverstone (2005). Por mediação, este autor entende *“o movimento de significado de um texto para outro, de um discurso para outro, de um evento para outro. Implica a constante transformação de significado”*, (Silverstone, 2005, p. 33).

A charge também desempenha este papel de mediação na imprensa opinativa. A atividade cotidiana do chargista consiste na apropriação do significado de um evento e em sua restituição significativa. Ou seja, o chargista traduz, com todos seus artifícios e recursos (traços simples, humor, ironia – características que serão explanadas posteriormente) um determinado fato e seus personagens para leitores de um jornal ou de um *website*. Esta atividade de tradução, de acordo com Silverstone (2005), é um trabalho de autoria respeitado, todavia, nenhuma tradução do fato real, nenhuma mediação da realidade é perfeita.

Conforme já foi afirmado, os estudos sobre charges ainda são escassos no Brasil. Diante da importância mediadora da atividade desempenhada pelo chargista perante a opinião pública, na tradução dos fatos e personagens da cena pública do País, nos questionamos: por que as charges são tão pouco pesquisadas? Os escassos trabalhos existentes abordam a charge apenas no âmbito do jornalismo opinativo, sem considerar a visão individual dos chargistas. Por esse motivo, consideramos serem necessários estudos que analisem a charge também como uma arte de expressão individual, mesmo que orientada pelas linhas do jornalismo opinativo para poder ganhar visibilidade midiática.

Trazemos, em nossa pesquisa, um histórico sobre a charge no mundo e no

Brasil, a fim de contextualizar o tema. Neste momento, enfocamos a produção chargística no País durante os principais acontecimentos históricos desde a segunda metade do século XX. Dentre esses fatos, destacam-se a era Getúlio Vargas e seu Estado Novo, a ditadura militar estabelecida em 1964 e a redemocratização do país, iniciada nos anos 1980 e restabelecida politicamente nos anos 1990 com a eleição direta do Presidente da República.

Ressaltamos que esses períodos da história do Brasil não foram escolhidos aleatoriamente; representam espaços de tempo em que os acontecimentos políticos sacudiram o país, provocando impactos sociais, econômicos e culturais. O chargista, como afirma Cruz (2007), utiliza os fatos políticos da agenda do dia e suas repercussões no mundo social para produzir seu material, sua arte.

“O chargista encontra no cotidiano os elementos para a construção de seu discurso, com olhar perspicaz e agudo aos problemas e às mazelas sociais, ele realiza um trabalho quase artesanal, buscando, entre traços e cores, a crítica que, disfarçada no riso, se torna eficaz.”
(CRUZ, 2007, p.1)

Uma vez abordada a história e a produção chargística no país nos períodos citados, também apresentamos os principais nomes brasileiros do mundo da charge no século XXI. Nosso objetivo é mostrar o atual cenário deste ramo do jornalismo opinativo.

A partir da contextualização sobre a produção de charges no Brasil, esta pesquisa compara a produção chargística durante os anos de ditadura militar e o período atual. Nosso objetivo é mostrar as mudanças ocorridas neste subgênero do jornalismo opinativo a partir das transformações políticas e das transformações do comportamento editorial do jornalismo opinativo.

Como suporte para a apresentação de nossa pesquisa, como produto jornalístico, escolhemos o livro-reportagem. Nele, nosso foco dirige-se à atual geração de chargistas, pois reconhecemos o peso da opinião do artista gráfico para o público leitor, e levamos em consideração a influência da formação político-ideológica do chargista. É importante que tais aspectos sejam abordados por meio de um suporte atrativo como o livro-reportagem, para que o leitor crítico, uma vez conhecendo a evolução da charge brasileira e o perfil dos chargistas, faça uma leitura diferenciada com base nesses critérios.

É importante ainda lembrar que a charge é uma forma de expressão muito

concisa, subjetiva e personalizada; por isso, será útil ao leitor qualquer informação adicional que possa ser incluída em sua leitura diária para interpretar o trabalho de um chargista; em seu tratando ainda de novos chargistas, ainda não completamente conhecidos na grande mídia, toda informação será bem aproveitada.

O livro-reportagem que apresentamos é uma extensão da pesquisa. Nele, buscamos dar voz aos “novos chargistas” pelos dois motivos principais já expostos, mas que consideramos fundamental sublinhar: primeiramente, as poucas pesquisas existentes na área, em sua maioria, sobre a interpretação das charges e seu impacto social; em segundo lugar, as charges são produções muito autorais e, por isso, é importante conhecer sua gênese e explicação a partir dos próprios autores.

Entendemos, como cita Lima (1993), que o livro-reportagem é uma reportagem em profundidade, que amplia a realidade, trazendo os detalhes, as raízes, as implicações e os possíveis desdobramentos da questão em foco. Acreditamos também que o livro reportagem é a alternativa ideal para nossa pesquisa, uma vez que permite, segundo o mesmo autor, a liberdade de angulação e de eixo de abordagem. Dessa forma, tivemos a liberdade para tratar o tema da maneira que se mostrou, durante o processo de entrevistas, mais conveniente. Também ficamos livres para incluirmos, inclusive, diálogos e outros aspectos de texto e edição próprios da literatura. Tivemos, ainda, espaço para trabalhar o assunto com um enfoque contextualizador dos temas da contemporaneidade.

O livro-reportagem aborda, pelo enfoque na produção de charges e seus autores, questões de pesquisa do jornalismo contemporâneo. Porém, ressaltamos que a linguagem nele usada não lembra um trabalho acadêmico. A intenção foi escrever um livro reportagem que atraia não apenas jornalistas, mas diversos profissionais da de Comunicação ou, simplesmente, interessados no assunto. O suporte jornalístico escolhido é também um recurso para humanizar o tema e aproximá-lo dos leitores, o que dificilmente seria possível por meio apenas de uma pesquisa teórica.

OBJETIVOS

Objetivo Geral

- Produzir uma pesquisa e um livro-reportagem, como forma de atender a exigência do Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo, que discutam o novo chargismo brasileiro e leve o leitor à reflexão sobre a função da charge como modalidade do jornalismo opinativo, bem como relacionada às transformações políticas e sociais do Brasil.

Objetivos Específicos

- Contextualizar o processo de ditadura militar e redemocratização do Brasil, a fim de que estejam claras as circunstâncias políticas do período no qual analisamos a produção de charges.
- Identificar as características dos chargistas que surgiram no final dos anos 1990, analisando a gênese de seus trabalhos em comparação aos das gerações anteriores.

METODOLOGIA

O estudo das charges jornalísticas realizado neste projeto traz, de forma geral, dois resultados. O primeiro deles é uma análise teórica do jornalismo opinativo e das charges nele inseridas desde a ditadura militar brasileira até os dias atuais. O segundo é um livro-reportagem, apresentando ao leitor uma série de perfis do que chamamos aqui de “novos chargistas brasileiros”.

Para realizarmos a primeira fase deste trabalho, realizamos, sobretudo, uma intensa pesquisa bibliográfica. Assim, realizamos um levantamento livros e outros materiais acadêmicos sobre a história do jornalismo, com o intuito de esclarecer as mudanças na prática jornalística, bem como entendê-la nos dias atuais. Do mesmo modo, estabelecemos algumas considerações sobre jornalismo opinativo e seus diversos gêneros.

Para analisar o gênero do jornalismo de opinião de nosso interesse, isto é, a charge, consultamos a escassa bibliografia sobre o tema em questão. Além disso, conferimos jornais, revistas e *websites* que tratavam, de alguma maneira, o universo da produção chargística.

Como a produção de charges está relacionada à política, acreditamos ser interessante contextualizar os períodos históricos brasileiros em que a produção chargística se destaca. Logo, realizamos também uma extensa lista bibliográfica (entre livros e periódicos) sobre a ditadura militar brasileira, o processo de redemocratização, governo Collor, Fernando Henrique Cardoso e Lula. Inserimos algumas charges apenas para exemplificar a produção de cada momento da história recente do Brasil. Evidenciamos, contudo, que nosso objetivo não é analisar as charges sob o ponto de vista da semiótica, utilizando termos de análise de conteúdo.

Para a produção do livro-reportagem, intitulado “Deus sabe que não faço esses quadrinhos por mal”, adotamos como referência de pesquisa a entrevista, técnica jornalística baseada em perceber o foco principal da trajetória de cada um dos personagens centrais do livro. Escolhemos, conforme será mostrado no decorrer do trabalho teórico, quatro chargistas pertencentes ao que chamamos de “a nova geração”: Benett, Allan Sieber, André Dahmer e Arnaldo Branco. Entrevistamos cada um diversas vezes, pessoalmente e por *e-mail*. Conversamos também com pessoas relacionadas ao desenvolvimento pessoal ou profissional de cada um deles.

Eis um resumo de cada capítulo do livro-reportagem produzido:

Parte I - A charge ontem e hoje

Parte II – A nova geração de chargistas brasileiros

Benett

Allan Sieber

André Dahmer

Arnaldo Branco

1. DA OPINIÃO À INFORMAÇÃO: AS MUDANÇAS NO JORNALISMO ENTRE OS SÉCULOS XVII E XX

Nós, contemporâneos do século XXI, não sabemos viver sem a mídia, palavra tão utilizada nas pesquisas do campo da Comunicação. Por mídia, entendemos, conforme a definição de Lima (2001), as instituições que usam aparatos tecnológicos para efetuar a comunicação entre os homens, proporcionando uma comunicação midiaticizada, unidirecional e padronizada. Ou seja, para o mesmo autor, quando se fala de mídia, se faz referência ao conjunto de emissoras de rádio e televisão, de jornais e revistas, do cinema e de todos os outros meios que utilizam a tecnologia para a comunicação de massa. Por isso, de acordo com Silverstone (2005), a mídia é fundamental na sociedade contemporânea e deve ser estudada nos âmbitos econômico, político, social e cultural devido a sua onipresença e complexidade.

A complexidade da mídia pode ser observada em todos os campos da Comunicação Social. No jornalismo, não é diferente, uma vez que, conforme Traquina (2004), o jornalismo, poeticamente, é a vida, e possui, numa democracia, o papel “*de informar o público sem censura*”, (Traquina, 2004, p.22).

De acordo com Guerra (2003), o jornalismo firma-se durante o movimento de civilização, cujos primeiros passos foram dados na Europa no século XVII. Esta época, como sabemos, é marcada pelo Iluminismo, que prega a autonomia do indivíduo diante de qualquer campo social em virtude da razão humana.

O autor destaca que as bases iluministas – razão, individualidade e emancipação – serão causas de diversas transformações sociais ocorridas na economia, sociedade, política, ciência e filosofia européias durante os séculos XVII e XVIII. Esse ambiente marcado pelo homem no centro do mundo e pela valorização da liberdade de expressão, salienta o autor, favoreceram o nascimento das atividades jornalísticas modernas.

Guerra (2003) afirma que o jornalismo moderno tem suas bases constituídas em meados do século XIX. Segundo ele, nesse período surgem as *gazetas*, com o objetivo de registrar acontecimentos importantes como batalhas, festas, cerimônias e afins; também aparecem os *canards* franceses, relatando crimes e acontecimentos extraordinários; e para dar voz aos acontecimentos políticos, nascem, também na França, os *libelos*.

É possível perceber, conforme o autor, três manifestações jornalísticas nesses gêneros primitivos: a noticiosa (na *gazetta*), a dos *fait divers* (no *canard*) e a opinião (no *libelo*), exigindo, desde o início do jornalismo moderno, especialização dos produtores do conteúdo dos meios impressos.

A verve opinativa da época aqui referida obteve importantes efeitos na esfera política. “*Calúnias e difamações à parte, o chamado ‘jornalismo político’ se constituiu num grande fórum de debates de idéias*”, (Guerra, 2003, p. 4). O autor relembra que, quando Estados Unidos e Europa passaram por instabilidades políticas, o jornalismo de opinião torna-se decisivo para a argumentação e convencimento dos indivíduos, ou seja, passa a atuar como importante arma política.

Guerra (2003) enfatiza que os *libelos* eram marcados por textos polêmicos e argumentativos, nos quais os autores demonstravam engajamento e julgamento político com base filosófica. Ele observa ainda que a opinião jornalística do período buscava ofertar ao mundo uma leitura do mundo, o que confirma a função mediadora do jornalismo.

Embora muito relevante na discussão política da sociedade do século XIX, a opinião começa a perder espaço para o relato dos fatos, que começam a ganhar mais importância. A passagem do caráter opinativo para o informativo começa entre os séculos XVIII e XIX. De acordo com Fonseca (2004), esses 200 anos são marcados por profundas mudanças na sociedade ocidental. “*São transformações de natureza econômica, social, política e cultural, que atingem a todos – indivíduos, sociedades, nações, estados - e todos os contextos sociais, embora com diferentes impactos*”, (Fonseca, 2004, p.1).

Neste contexto em que a ordem econômica volta-se para o propósito capitalista, isto é, para a obtenção de lucro, surge no século XIX, como conta Traquina (2004), a *penny press* – a imprensa com o objetivo de render lucros, fornecendo informação. Logo, “*os jornais oferecem um novo produto – as notícias, baseadas em fatos, não em opiniões*”, (Traquina, 2004, p.34). A notícia, enfatiza Breguez (2000), traz um novo estilo de narração dos fatos e acontecimentos, informando com eficácia e economizando palavras.

No final do século XIX, conforme Traquina (2004), o jornalismo se volta para a publicidade, os anúncios ganham importância e os impressos passam por uma grande fase de crescimento.

Para o mesmo autor, a liberdade, como valor das democracias modernas, foi outro ingrediente fundamental para o fortalecimento do jornalismo de informação.

Segundo ele, a luta pela liberdade leva à despolitização dos jornais. No entanto, ressalta que a invenção do rádio e, posteriormente da televisão, possibilitou, enfim, ao jornalismo alcançar um grande número de pessoas em seu público – a massa. Ainda para o autor, estes avanços tecnológicos mostraram que o caminho do jornalismo estava cada vez mais ligado à atualidade e à apuração dos acontecimentos, levando ao público a informação.

Ao analisar a trajetória do jornalismo pelo mundo, é possível perceber que os meios jornalísticos sofreram uma série de mudanças até serem o que hoje conhecemos. De acordo com Traquina (2004), entre os séculos XIX e XX, o campo profissional sofreu uma grande expansão e transformação causadas pela invenção de novos meios, como os eletrônicos (rádio e televisão) e as novas tecnologias da informação e da comunicação (NTICs, representadas sobretudo pela Internet e telefonia celular); pela comercialização intensa e inserção em um mercado industrial competitivo; e pela valorização extrema do papel da informação.

Então, se por um lado o novo jornalismo firmou-se com a missão de *“vigiar o poder político e proteger os cidadãos dos eventuais absurdos dos governantes”*, (Traquina, 2004, p.50), por outro, adotou uma postura comercial e criou uma nova indústria: a indústria da notícia.

Logo, valoriza-se o produto notícia, qualificada por certos critérios, segundo Medina (1988), como atualidade, interesse por parte do público, veracidade e clareza.

1.1. A trajetória do jornalismo brasileiro

Fonseca (2004) é categórica ao afirmar que a imprensa chegou às terras brasileiras tardiamente, mais tarde, inclusive, do que em outros países latino-americanos, apenas em 1808, com a vinda da corte portuguesa para o Rio de Janeiro. Logo após a chegada da Corte à colônia surgem, *“o Correio Braziliense, feito em Londres por Hipólito José da Costa, e a Gazeta do Rio de Janeiro, jornal oficial produzido na Imprensa Régia sob rígido controle da Coroa”*, (Fonseca, 2004, p. 4).

Nesse início da informação e discussão pública promovidos pela imprensa, segundo Fonseca (2004), o jornalismo brasileiro trazia uma série de debates políticos calorosos, sobretudo sobre a Independência e, posteriormente, sobre a volta da Família Real para Portugal. Até a primeira metade do século XIX os jornais

brasileiros possuíam um caráter panfletário, periodicidade irregular e um pequeno público.

A partir de 1840, de acordo com a mesma autora, os jornais brasileiros adotam uma aproximação com a literatura e abrem espaço para nomes que, mais tarde, tornar-se-iam grandes personalidades literárias. Porém, no final do século XIX, as lutas políticas voltam a ser a principal temática dos impressos em virtude, sobretudo, ao latifúndio cafeeiro, que vai produzir uma oligarquia econômica e política no país.

Por volta de 1890, nas palavras de Medina (1988), surgiram no Brasil os primeiros jornais que buscavam se organizar como empresa, sobretudo para fugir do controle político. Puderam ser observadas, na visão da autora, duas tendências desta nova organização jornalística: alguns veículos, como o tradicional *Jornal do Comércio*, modernizaram-se e passaram a lucrar com a venda de espaços destinados à publicidade; outros surgem, de fato, como empresas cuja principal meta é obter lucros.

Neste contexto, surgiram grandes jornais, como *O Estado de São Paulo*, o *Diário Mercantil*, ambos de São Paulo, e o *Correio de Povo*, de Porto Alegre. A consequência da nova organização jornalística no início do século XX gera um novo conceito na área:

“A organização empresarial, entretanto, contribui para dar viabilidade econômica às publicações e, concomitantemente, para instituir um regime jornalístico, ou um conceito para o jornalismo. O conceito de que jornalismo significa fornecer periodicamente informação de atualidade”, (FONSECA, 2004, p. 6).

Medina (1988) enfatiza outro aspecto que os jornais com fins lucrativos que circulavam nos primeiros anos do século XX traziam o gosto do leitor. “A ênfase recai sobre o que o público quer e não sobre a opinião do grupo que manipula o jornal”, (Medina, 1988, p. 47). Nessa época, relembra a autora, nascem no Brasil as crônicas esportivas, sociais e policiais, ressaltando que a implantação deste tipo de periódico está conectada a dois fatores: urbanização e industrialização. Para ela, surgem novos polos econômicos e culturais, ocasionando a descentralização do Rio de Janeiro. Grandes Estados do País, como Rio Grande do Sul, Minas Gerais e, obviamente, São Paulo, avançam economicamente e desenvolvem importantes veículos de jornalismo impresso.

Medina (1988) relata que a introdução do rádio no Brasil, no final dos anos 1920, não melindra a tendência da regionalização dos veículos jornalísticos. Porém,

da início à formação das cadeiras de empresas jornalísticas, como a *Diários e Emissoras Associados*, de propriedade de Assis Chateaubriand.

O que se observa até meados da década de 1930, como salienta Fonseca (2004), é a estagnação dos impressos jornalísticos causada pela crise do capitalismo sentida no Brasil e no mundo. À medida que a economia mundial se recupera, durante os anos 1940, ocorrem relevantes avanços nos jornais brasileiros, principalmente no que diz à qualidade gráfica do material.

Para Medina (1988), o advento da televisão, nos anos 1950, contribui para a concentração da administração e da produção das mensagens transmitidas ao público. A autora salienta, também, que nesta época surgem poderosas empresas com o objetivo de vender seus produtos em escala nacional, como a Editora Abril. Simultaneamente, lançam a ideia para grandes impressos como *O Globo* e *O Estado de S. Paulo*, com uma amplitude de informações de interesse nacional.

Conforme contextualiza Breguez (2000), também na década de 1950, os jornais brasileiros adquiriram, sob influência norte-americana, a técnica do *lead*, trazendo, no primeiro parágrafo das matérias, as respostas para as perguntas “Quem? O que? Quando? Como? Onde? Por que?”. Para o autor, a mudança surgiu, visivelmente, com o objetivo de firmar a clareza, concisão e naturalidade das expressões, atraindo assim mais leitores.

Fonseca (2004) nos lembra que, nos anos 1960, o jornalismo impresso passa por mais um período de modernização gráfica e por reformas editoriais e administrativa. Neste contexto, segundo a autora, Otávio Frias de Oliveira e Carlos Caldeira Filho adquirem o grupo *Folha da Manhã*. Na mesma década, no Rio Grande do Sul, surgem o *Última Hora* e o *Zero Hora*. Aparece, ainda, a revista *Realidade*, símbolo de grandes reportagens.

Inserida em todas as transformações do jornalismo brasileiro está a comercialização do novo produto – a notícia, com a função de informar as atualidades para a população. Para Traquina (2004), as transformações pelas quais passou o jornalismo ao longo dos séculos traçaram um novo cenário em que os jornais, cada vez mais, correm em busca da notícia e onde há a ascensão e especialização do repórter, divisão das empresas jornalísticas e dependência da publicidade.

Nos anos 1990, cita Fonseca (2004), os conglomerados de comunicação passam por um novo processo de reestruturação, dirigindo-se para um âmbito capitalista de proporções globais e formando oligopólios transnacionais. Segundo a

autora, este quadro também é verificado nas grandes empresas jornalísticas brasileiras. Para a autora, nesta época torna-se muito visível que o jornalismo encontra sua função de interpretar e analisar a realidade sujeita à lógica capitalista brasileira.

Entre o fim da década de 1990 e início do século XXI, observa-se no Brasil a introdução do jornalismo on-line e, com ela, diz Fonseca (2004), a expectativa da atualização das notícias em tempo real. Ferrari (2003) narra que, em 2001, grande parte dos jornais impressos já possuía portais na Internet. Surgiram, ainda, *sites* com conteúdo jornalístico, isto é, com a veiculação de notícias, e com conteúdo de entretenimento. Verifica-se uma nova maneira de levar a informação ao público:

“O conteúdo dos portais foi gradualmente reduzido até o ponto de ser fornecido por um grupo restrito de fontes – as mesmas agências de notícias, a mesma empresa de previsão de tempo, a mesma coletiva para o lançamento de um filme (...). Com isso, os leitores recebem a mesma fonte de informação. O que muda é o ‘empacotamento’ da notícia”. (FERRARI, 2003, p. 18-19).

Caldas (2002) defende que as possibilidades da notícia em tempo real na Internet ameaçam o jornalismo impresso, abalando-o estruturalmente. Para o autor, o maior desafio dos impressos brasileiros é reavaliar seus valores e características. *“Para assegurar seu espaço, caberá ao jornal do presente investir naquilo que o leitor espera encontrar nele: originalidade, texto interpretativo e analítico, com suas implicações e possíveis repercussões na vida de cada um”* (Caldas, 2002, p. 17), preconiza o autor.

1.2. O Jornalismo Opinativo

Como vimos anteriormente, o jornalismo moderno nasce sob importante vertente opinativa e, ao longo dos anos, passa a primar pela informação, transformando a notícia em um produto. Como afirma Melo (1985), o jornalismo informativo tornou-se quase hegemônico, a partir do momento em que a imprensa, principalmente a norte-americana, transformou a notícia em uma mercadoria. No entanto, segundo o autor, a opinião jornalística não desaparece. Para ele, informação e opinião convivem no jornalismo e cada qual ocupa um espaço próprio, de acordo com sua função, conforme falaremos posteriormente.

Melo (1985) cita o jornalista Luiz Beltrão (1960) para diferenciar a função do jornalismo informativo e do opinativo. *“Jornalismo é antes de tudo informação (...) de*

fatos atuais, correntes e que mereçam o interesse público. (...). Os fatos correntes expostos pelo jornalismo têm de ser devidamente interpretados”, (Beltrão apud Melo, 1985, p.16).

Chegamos, então, à necessidade de definir e, conseqüentemente, de diferenciar jornalismo informativo de jornalismo opinativo no âmbito atual. Para Melo (1985), jornalismo de informação é aquele que *“assegura a informação ao povo”,* (Melo, 1985, p. 18). De acordo com Sousa (2001), o jornalista é visto como um intérprete ativo da realidade e o jornalismo firma-se como um fenômeno da mente e da linguagem.

O jornalismo de opinião, por sua vez, é, para Melo (1985), o que influencia o homem. E opinião, conforme define Saviani Rey (2002) é *“o modo de ver, de pensar, de deliberar”,* (Saviani Rey, 2002, p. 63).

Sousa (2001) ressalta que o texto opinativo encontra-se, no jornalismo moderno, separado do texto informativo. Categoricamente, o autor afirma que a opinião é restrita à especialistas, colunistas e opinantes. Ao partir da premissa das diferenças da natureza estrutural dos relatos nos processos jornalísticos, Melo (1985) classifica as categorias brasileiras de jornalismo:

“A) Jornalismo informativo

1. *Nota*
2. *Notícia*
3. *Reportagem*
4. *Entrevista*

B) Jornalismo opinativo

5. *Editorial*
6. *Comentário*
7. *Artigo*
8. *Resenha*
9. *Coluna*
10. *Crônica*
11. *Caricatura*
12. *Carta”*

(MELO, 1985, p. 48-49).

1.3. Condicionamentos à opinião jornalística

Melo (1985), um autor de formação marxista, não nos deixa esquecer que os meios de comunicação funcionam, como defende Althusser (1978), como aparatos ideológicos. Isso significa que a mídia atua como instrumento de consciência, *“influenciando pessoas, comovendo grupos, mobilizando comunidades, dentro das contradições que marcam a sociedade”*, (Melo, 1985, p. 57).

Desta forma, ele (1985) ressalta que a opinião jornalística encontra-se subjacente à filtragem que a notícia/matéria jornalística sofre em seu processo de difusão por meio dos donos ou editores dos veículos, que, por sua vez, atuam de acordo com as relações capitalistas das empresas jornalísticas brasileiras.

De acordo com Melo (1985), a escolha dos assuntos e fatos a serem divulgados em um veículo de massa é realizada por sua linha editorial, isto é, pela *“ótica através da qual a empresa jornalística vê o mundo”*, (Melo, 1985, p. 59).

Sousa (2001) explica que a linha editorial é definida pela Direção e Administração do veículo, juntamente com a consultoria do Conselho Editorial, formado por personalidades prestigiadas

Melo (1985) não duvida de que a instituição jornalística controla o que vai ser publicado. O autor destaca que a notícia é o produto final entre a negociação do jornal ou mídia eletrônica com a parte diretamente envolvida no acontecimento em questão. Para ele, existe uma série de filtros que influenciam o processo de seleção das informações e difusão das opiniões.

Um desses filtros, como cita o autor em questão, é a pauta, definida como a previsão dos fatos que serão comentados no dia seguinte com o direcionamento de enfoque que fato deve ser relatado pelo repórter. Uma das conseqüências da pauta é a formulação de informação e opinião apenas sob o ponto de vista de editores e dirigentes da empresa, que direciona o foco de cada assunto pautado, seguindo seus interesses políticos ou econômicos.

A cobertura, afirma Melo (1985), também define como, ou melhor, com que vozes, a notícia chega ao público *“ao privilegiar certas organizações ou núcleos da sociedade”*, (Melo, 1985, p.62). O autor acredita que um dos efeitos do modo de cobertura da mídia é a legitimação de determinados núcleos de poder e a marginalização de outros.

Outro fator que influencia a difusão das notícias e opiniões é o uso da fonte. O autor lembra que existem três tipos de fontes – próprias, contratadas e voluntárias.

As fontes próprias, diz o autor, são aquelas de uso pessoal de determinado veículo. Elas atuam de acordo com o interesse da pauta e, assim, permitem a empresa publicar aquilo que tem interesse em ver impresso. Fontes contratadas, por sua vez, são as agências informativas que, como salienta o autor, são focos do poder político, fortemente ideológicas; portanto, são fontes que falarão apenas o que for conveniente a quem detém o poder.

Relações públicas e assessorias de imprensa disponibilizam, como conta Melo (1985), as fontes voluntárias, com o intuito de divulgar assuntos de seus interesses e firmar nomes ou marcas na imprensa.

Outro modo de influenciar o público ocorre por meio do posicionamento da notícia no jornal. Diz Melo:

“A expressão opinativa também ocorre através do mecanismo de projeção ou redução de unidades redacionais. Uma matéria que aparece na primeira página de um jornal ou tem chamada na capa de uma revista, ou ainda merece um flash na apresentação dos radiojornais ou telejornais, sem dúvida, provoca maior impacto. E exerce maior influência”, (MELO, 1985, p. 67).

Além disso, para o autor em questão, as manchetes (e aqui incluímos, também, chamadas de telejornais e radiojornais) de jornais e revistas podem emitir, claramente, a posição ideológica do veículo. Este instrumento é usado, de acordo com Melo (1985), sobretudo pelos veículos mais doutrinários. Para ele, a grande imprensa tenta mostrar imparcialidade, porém, trazem a opinião explícita em manchetes de matérias informativas quando o público assim espera. E, dessa forma, preparando os leitores para a aceitação da ideia publicada, defendendo o que Chauí (1980), define como ideologia: *“O conjunto de ideias de uma época, tanto como ‘opinião geral’ quanto no sentido de orientação teórica dos pensadores da época”,* (Chauí, 1980, p.25-26).

Ao observar as diferenças estruturais de texto e de organização dos produtos do jornalismo opinativo, iremos apresentar a definição de cada um deles, baseando-nos, sobretudo, em Melo (1985).

1.4. Os Gêneros do Jornalismo Opinativo

Conforme vimos anteriormente, a opinião manifestada pela empresa jornalística segue diversos interesses, sobretudo políticos e econômicos, e passa

por vários filtros subjetivos ou objetivos. A partir de agora, estudaremos como e onde se encontram os textos claramente opinativos do jornalismo contemporâneo.

De acordo com Melo (1985), a opinião na mídia pode ser expressa pelo próprio veículo, por meio do editorial e dos quadros assinados por jornalistas – comentário, resenha, coluna, crônica, caricatura; por colaboradores, ou seja, figuras sociais que buscam espaço nos jornais por meio de artigos; e, finalmente, pelo leitor por meio das cartas dos leitores.

Cada gênero possui suas funções jornalísticas e suas características estruturais, conforme veremos a seguir.

1.4.1. Editorial

Para Melo (1985), editorial *“é o gênero jornalístico que expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento”*, (Melo, 1985, p.79).

Como observam Pereira e Rocha (2006), o editorial não expressa uma opinião qualquer, mas a do veículo, sendo de sua responsabilidade completa. As autoras citam Beltrão (1960), para explicar que a missão do editorial é orientar a formação de opinião dos leitores – e também ouvintes e telespectadores – diante de tantas contradições do cotidiano.

Quem escreve os editoriais, segundo Pereira e Rocha (2006), é o editor, que adequa o texto aos valores do veículo. As autoras lembram que o editor nunca assina seu material, pois não se trata de sua opinião, mas sim da visão defendida pelo veículo mediático.

Melo (1985) destaca que o editorial passa por uma série de processos de depuração dos fatos e checagem de fontes; ele afirma que a decisão final sobre o teor do texto cabe à diretoria e ao editorialista, figura integrada à instituição, que interpreta os diferentes pontos de vista e os converge para os interesses da empresa jornalística.

O autor em questão salienta que, no Brasil, embora os editoriais sejam direcionados ao povo, é, na realidade, uma conversa com o Estado. Ele explica: *“Significa muito mais um trabalho de coação ao Estado para a defesa de interesses dos segmentos empresariais e financeiros que representam”* (Melo, 1985, p. 80).

Quanto à morfologia, Pereira e Rocha (2006) lembram que o editorial classifica-se em artigo de fundo – o editorial principal; suelto – pequena explanação

sobre determinado fato atual; e nota – registro rápido de um acontecimento. Os editoriais, também podem focalizar aspectos passíveis de mudanças (preventivo), analisam o impacto de um fato (de ação) ou visualizam a repercussão de um acontecimento (de consequência). Quanto ao conteúdo, o autor classifica o editorial em informativo, normativo e ilustrativo. Respectivamente, possuem função de esclarecer, exortar ou educar o público. O estilo varia entre intelectual e emocional.

Por último, quanto à natureza, o editorial divide-se em “*promocional, (coerente com a linha da empresa), circunstancial (oportunista, imediatista) e polêmico (contestador, provocador)*”, (Pereira e Rocha, 2006, p. 61).

1.4.2. Comentário

Melo (1985) cita Martinez Albertos (1974) para dizer que o comentário é um editorial assinado. Para ele, no entanto, o comentário é algo a mais: uma orientação dos fatos ao público, compensando-o pela rapidez e superficialidade com que a notícia chega até ele.

O autor ressalta que o comentarista possui grande cultura e descobre dados de interesse do cidadão. Portanto, possui credibilidade para emitir opinião: “*É um analista que aprecia os fatos, estabelece conexões, sugere desdobramentos, mas procura manter, até onde é possível, um distanciamento das ocorrências*”, (Melo, 1985, p. 85). O comentário também funciona como uma tentativa de romper o poder exclusivo do editorial.

O autor salienta ainda que o comentarista é o jornalista que, ao longo dos anos, adquiriu conhecimento em determinada área e se dedica a contar o que nela acontece. “*Comentar é uma tarefa que pressupõe ancoragem informativa e perspectiva histórica*”, (Melo, 1985, p. 89).

O autor cita Castelli (1968) para informar que o comentário pode ser classificado em análise do problema, documentação do fato e crítica de uma situação. Utilizando, muitas vezes, ironia e humor – enfatiza Melo (1985), a opinião do comentário nem sempre é de fácil percepção. É necessária uma dose de raciocínio para acompanhar os passos da argumentação do comentarista.

1.4.3. Artigo

No jornalismo, Melo (1985) defende que o artigo é uma matéria onde o autor – jornalista ou não – lança uma ideia e opina sobre ela. O autor cita Vivaldi (1973) para reforçar que o artigo possui conteúdo amplo e interpreta, julga ou explica determinado fato. Esse fato, observa Vivaldi (1973), deve ser atual, pertencendo ao momento histórico vivido, com a opinião do articulista sendo evidenciada, ligada à sua assinatura.

Melo (1985) identifica dois tipos de artigo: o artigo propriamente dito e o ensaio. O autor explica que o que distingue os dois é o tratamento dado ao assunto, uma vez que o primeiro contém opiniões provisórias e o segundo, sólidas; e a argumentação, pois o artigo baseia-se no conhecimento do articulista, enquanto o ensaio está fundamentado em fontes legitimadas.

Vale ressaltar, como faz Melo (1985), que existem artigos com fins doutrinários – esses são os que chamamos de jornalísticos – e os científicos, que torna público as descobertas da ciência.

De acordo com o autor, *“a presença do articulista na imprensa brasileira tem papel significativo, pois contribuir para dinamizar a vida do jornal ou revista, superando as limitações naturais que perfazem a sua fisionomia informativa ou opinativa”*, (Melo, 1985, p.95). E resalta o nome de grandes articulistas como Gilberto Freyre, Barbosa Lima Sobrinho e Tristão de Athayde.

1.4.4. Resenha

Melo (1985) lembra a confusão realizada quando se quer distinguir crítica e resenha. Esse conflito tem origem na história do jornalismo brasileiro, que passou por uma fase inicial, na qual intelectuais faziam análise de peças artísticas (geralmente eruditas) vinculadas a sua época. Posteriormente, a apreciação migrou para um período profissional, quando se valorizaram produtos culturais populares e cujas análises passaram a ser responsabilidade de jornalistas.

O autor explica que os analistas intelectuais ficaram restritos ao segmento universitário. Em contrapartida, instalou-se no país a prática de apreciar novos lançamentos artísticos, isto é, o modelo de *review* norte-americano. Os textos apreciativos, segundo o autor, passaram a ser chamar resenha.

Para Cardoso (2007), uma resenha é um texto jornalístico que se limita a descrição da obra que está sendo apresentada, restringindo-se, principalmente, ao autor e sua obra. Deste modo, Melo (1985) reitera que o que se analisa não são mais as obras de arte, mas sim os produtos da indústria cultural. Ele salienta: *“Havendo muitas opções no mercado cultural, o consumidor quer dispor de informações e juízos de valor que o ajude a tomar a decisão de compra”*, (Melo, 1985, p.99).

Piza (2003) narra que mudanças ocorridas no jornalismo durante as primeiras décadas do século XX também alteraram a forma de fazer as críticas culturais. No século anterior, possuíam tons sensacionalistas. Posteriormente, enfatiza o autor, tornaram-se mais breves e participantes, e descobriram o formato de reportagem e de entrevista.

De acordo com o mesmo autor, as informações sobre o mercado cultural passaram, no século XX, a ocupar os “segundos cadernos”, dedicados ao jornalismo cultural, cujas características são, para o autor, definidas *“às custas da análise, da crítica, do debate de ideias”*, (Piza, 2003, p. 8).

1.4.5. Crônica

A crônica, conta Melo (1985), surgiu no jornalismo como um relato ou narrativa de fatos observados pelo jornalismo durante um determinado tempo. De origem latina, conforme defendem muitos pesquisadores, foi no Brasil, segundo Melo (1985), que a crônica tomou a forma tal a qual conhecemos: *“A feição de relato poético do real, situado na fronteira entre a informação de atualidade e a narração literária”*, (Melo, 1985, p. 111).

Para Rossetti e Vargas (2006), a crônica é um espaço privilegiado, pois, ao contrário de outros gêneros jornalísticos, permite que o autor use a criatividade e a inventividade. Entretanto, não se trata apenas de literatura. Os autores salientam que a crônica é um gênero híbrido entre jornalismo e literatura, no qual é evidente o intercâmbio de recursos e linguagens de ambos.

Isso significa, na visão dos autores, que a crônica mistura temas atuais com elementos literários – diálogos, alegorias, personagens, metáforas, entre outros. Eles salientam que o referido gênero costuma ocupar os cadernos e revistas culturais, porém também é encontrado nas editoriais de política e, principalmente, de esportes.

Rossetti e Vargas (2006) sustentam que a crônica representa uma inovação no jornalismo brasileiro:

“O segundo modo de se fazer crônica é em um tempo criador que reinventa os fatos para narrá-los de forma poética, para traduzir verdades que a mera reprodução dos fatos não poderia expressar”. (ROSSETTI e VARGAS, 2006, p. 9).

Na trajetória da crônica brasileira destacam-se, de acordo com os autores, Mario de Andrade, Carlos Drummond de Andrade, Rubem Braga, Fernando Sabino, Luis Fernando Veríssimo, João Ubaldo Ribeiro, Carlos Heitor Cony e muitos outros.

1.4.6. Carta

Melo (1985) nos lembra que as empresas jornalísticas não ignoram o público. Ao contrário, conhecem-no muito bem. E, segundo o autor, para romper a barreira existente entre produtores e receptores das informações, os veículos abrem espaço para a participação da audiência por meio das cartas e, atualmente, mensagens eletrônicas (comentários, além do próprio e-mail).

De acordo com o autor em questão, o leitor faz uso da carta quando deseja participar do debate público. Todavia, ele ressalta que, no Brasil, não se trata de uma forma livre de expressão do público, pois as mensagens publicadas passam por uma rigorosa análise editorial. Ou seja, o jornal publica opiniões de leitores que não prejudiquem seus interesses.

Contudo, Barbosa (2002) destaca que a Internet mudou um pouco este cenário. A autora observa que o advento da World Wide Web possibilitou aos leitores mais um canal de comunicação com os jornalistas: as mensagens eletrônicas. Para ela, o e-mail é, atualmente, a forma mais eficaz de entrar em contato com a imprensa, pois basta possuir um computador com acesso à rede. No entanto, salienta que existe a possibilidade de uma mensagem se perder entre as várias recebidas diariamente pelo jornalista.

Barbosa (2002) cita Pavlik (2000) para defender a importância da participação do público na rotina jornalística. A autora acredita que leitores, ouvintes e telespectadores, às vezes, sabem mais que o jornalista e podem se transformarem em fontes desinteressadas quando comparadas às oficiais.

A autora também chama a atenção para o fato de que a presença dos órgãos de comunicação social na Internet abre cada vez mais espaço para o público

manifestar sua opinião por meio de fóruns, comentários em notícias e e-mails. Para ela, essa realidade cria um novo modelo comunicacional, no qual jornalistas e leitores se autoinfluenciam.

1.4.7. Caricatura

O jornalismo de opinião também incorpora imagens, que evidenciam, segundo Melo (1985), de imediato a mensagem opinativa.

Na visão do autor, a opinião, nos meios impressos, é expressa nas caricaturas, definida como uma ilustração absorvida pela imprensa opinativa capaz de ridicularizar, satirizar e criticar e *“cuja finalidade satírica ou humorística pressupõe a emissão de juízos de valor”*, (Melo, 1985, 121). O autor entende que o caricaturista tem como objetivo demonstrar os excessos sociais e políticos, porém sem obrigação alguma de crítica ou de provas que afirmem o que ele enfatiza em seu material.

Melo (1985) destaca que a imagem, na imprensa, permite uma rápida percepção dos leitores e, por isso, são temidas pelos donos do poder – correntemente presentes nas caricaturas.

Para o autor, a caricatura possui diversos modos de atuar nos meios impressos, identificando quatro espécies. A primeira é a caricatura propriamente dita, o retrato humano exagerado, ressaltando detalhes e defeitos. A segunda é a charge, definida como crítica humorística de um acontecimento. O terceiro tipo é o *cartoon*, portando-se como uma anedota gráfica e uma expressão da criatividade do desenhista. O quarto é o *comic*, uma história em quadrinhos de tema livre.

Melo (1985) afirma que apenas a caricatura e a charge possuem caráter jornalístico. O autor cita Lethève (1961) para dizer que o caricaturista ou chargista funciona como uma consciência crítica da sociedade, revelando uma tendência oposicionista diante dos acontecimentos políticos que sufocam a população.

No capítulo a seguir, estudaremos a história e as características da charge, principal objeto de estudo deste trabalho.

2. A CHARGE

Nem só de texto vive o jornalismo opinativo. Além de textos de opinião propriamente ditos, como editorial, artigo e comentário, o gênero apresenta outra modalidade importante – a charge, exatamente o objeto de interesse desse estudo.

De acordo com Cruz (2007), a charge tem uma clara função opinativa no jornalismo e é responsável por revelar idéias e questões sociais pertencentes à determinada época histórica.

O termo charge, segundo Gurgel (2003), vem do francês *charger* e significa “carregar”, “exagerar”. A origem da palavra é completada pelo significado de charge no jornalismo opinativo, segundo Oliveira e Almeida (2006):

“Acrescentamos que a charge é crítica porque discute e opina sobre acontecimentos noticiosos usando para tal uma outra linguagem, a do desenho. E é inteligente porque consegue criticar no pequeno espaço do desenho o que há de conteúdo relevante em um fato (...), de forma que o leitor compreenda do que se trata, e fique informado sobre algo importante que se passa no mundo ou no país aquele dia. Por fim, é irônica porque interpreta invocando a sátira, expondo o fato pelo ângulo do ridículo”, (OLIVEIRA e ALMEIDA, 2006, p. 81-82).

Conforme nos lembra Cruz (2007), a charge, enquanto gênero do jornalismo opinativo, é influenciada pelos critérios de noticiabilidade, ou seja, pelos elementos presentes em um determinado fato que o tornam notícia.

Ao estudar autores como Wolf (2003), Martinez Albertos (1993) e Pena (2005), Mendonça Jorge (2006) estabelece uma série de critérios de noticiabilidade ou valores-notícia, a saber:

“a) valores fundamentais;

Atualidade – o que é imediato no tempo

Impacto – o que atinge grande número de pessoas;

b) valores da profissão:

Proximidade – o que está mais próximo do coração, da mente, dos olhos;

Notoriedade – VIPs, pessoas famosas, autoridades, intelectuais, a elite e a inteligência do país;

c) valores temáticos:

Sexo – engloba todo o complexo das relações humanas, opções sexuais, casamento, filhos, exploração e abusos; está embutido nas outras atividades humanas – política, economia, cultura e até na religião.

Poder – disputa, guerra e paz, os três poderes, organizações comunitárias, sindicatos e associações, organizações, igrejas, aristocracia, elites, governança.

Amor – romance, solidariedade, fraternidade, amizade, união.

Mistério – o desconhecido, o inexplicado, o fantástico, novas descobertas.

Dinheiro – luxo, riqueza, economia da cidade, do país e do mundo, movimentos de capital, bens e mercadorias, impostos e taxas, finanças públicas, inflação e moeda, câmbio, pensões e previdência, benefícios financeiros para o cidadão, aquilo que diz respeito ao seu bolso.

Morte – tragédias naturais e humanas, catástrofes, assassinatos, drogas, crimes, acidentes.

Violência – disputas, guerras, agressão, ameaças, segurança.

Lazer – diversões, esportes, campeonatos, vida e prazer, viagens, hobbies, passeios, festas, ócio.

Saúde e beleza – medicina, remédios, dietas, boa forma física e mental, campanhas de vacinação e prevenção, higiene, qualidade de vida, descobertas científicas.

Meio ambiente – recursos naturais, conservação da natureza, parques e jardins.

Educação – ensino, escola, cursos, cultura, métodos educacionais.

Ciência – pesquisas, descobertas, conquistas, invenções, novas tecnologias.

Arte – cultura, elegância, beleza, decoração, espetáculos, museus, festivais, patrimônio histórico e cultural, monumentos.

Moda – indústria do vestuário, desfiles, vitrinas e butiques, o mundo da alta costura e do prêt-à-porter, modelos e costureiros, tecidos e confecções.

Governo – administração das cidades, estados, países, regras de gestão pública, o trabalho dos funcionários e da máquina pública, órgãos de planejamento e inteligência, sistemas de poder constituído.

Trabalho – mercado profissional, economia formal e informal, bolsa de empregos, colocação de pessoas, frentes de trabalho, desemprego.

Confidências – intrigas, vida pessoal, intimidades, denúncias.

Religião – seitas e organizações religiosas, festas e datas sagradas, cultos e ritos, mitos, santos, credos, crenças e crendices, simpatias e superstições”.

(MENDONÇA JORGE, 2006, p. 10-11).

Logo, para Cruz (2007), a charge, tal qual uma matéria ou um editorial, por exemplo, *“toma parte do processo de agendamento dos temas midiáticos, colaborando com a discussão pública e com o processo de formação de opinião”*, (Cruz, 2007, p. 4).

Flôres (2002) é contundente ao afirmar que a importância da charge não está apenas em seu valor como documento histórico. Para ele, o material chargístico reflete os acontecimentos de um determinado período, *“ao mesmo tempo em que reproduz as principais concepções sociais, pontos de vista, ideologias em circulação”*, (Flôres, 2002, p.10). Nery (1998) corrobora ao dizer que a charge, para ser decodificada, *“necessita manter uma relação estreita com o cotidiano e o universo cultural do leitor”*. Ainda segundo o autor:

“Sem o contexto, é impossível interpretar a charge e, com o distanciamento temporal em relação ao fato, a charge vai perdendo sua capacidade de comunicação. A charge é um tipo de registro da história que necessita, para uma interpretação aberta estar relacionada aos eventos político-culturais de seu tempo” (NERY, 1998, p.87.)

É a partir desse vínculo estreito com o cotidiano que o caricaturista cria seu material. Sobre esse tipo de criação, Bérqson (apud Nery, 1998) esclarece ao dizer que a “arte do caricaturista consiste em captar um pormenor, às vezes imperceptível e torná-lo evidente a todos através da ampliação de suas dimensões.” A temporalidade e a abrangência deste método cria linguagens gráficas semelhantes a caricatura, como a charge e o cartum.

2.1. A charge e linguagens gráficas semelhantes

Ainda que o assunto deste trabalho seja a nova charge brasileira, é importante lembrar que os limites entre charges, caricaturas e cartuns nunca ficaram bem definidos entre os autores que buscaram estudar este tema. Fonseca (1999) define a charge como uma representação pictórica de caráter burlesco e caricatural, sendo temporal em seu assunto. O autor ainda diz que tal termo caiu em desuso até mesmo na França, país que emprestou seu sentido etimológico. Já o cartum, Fonseca (1999) define como:

“...um desenho caricatural que apresenta uma situação humorística, utilizando ou não legendas, sendo realizado usualmente com pena ou pincel e tinta, ou em aguadas. O cartum, em contraposição à charge, é atemporal e universal, pois não se prende necessariamente aos acontecimentos do momento.” (FONSECA, 1999 p.26).

Já Melo (1985) define cartum como um gênero não-jornalístico:

“Anekdota gráfica. Crítica mordaz. Geralmente não insere personagens ou fatos verídicos, mas representa uma expressão criativa do caricaturista, que penetra no domínio da fantasia. Mantém-se, contudo, vinculado ao espírito do momento, incorporando eventualmente fatos e personagens.” (MELO, 1985, p.123-124).

Essas diferentes definições refletem o caráter mutável da charge, e não é possível falar de diferentes representações gráficas sem antes estabelecer os limites

entre uma e outra. Optamos, portanto, pela definição de Chico Caruso, citado por Gurgel (2003), que não difere muito de Fonseca (1999), mas compreende todos os termos a serem abordados:

“O cartum seria como uma máquina fotográfica focada no infinito; por focar uma realidade genérica sua possibilidade de compreensão é muito maior. A charge focaliza uma certa realidade, geralmente política, fazendo uma síntese. Somente os que conhecem essa realidade entendem a charge. Já a caricatura focaliza um elemento dessa determinada realidade focada pela charge.” (CARUSO apud GURGEL, 2003, p. 2).

Essa temporalidade intrínseca à charge atribui a ela um caráter volátil, assim como a notícia. Segundo Cruz (2007), isso condena a charge a não ser uma obra de arte como a pintura e a fotografia. Ainda assim, seu poder de influência dentro das ramificações do jornalismo opinativo é dos mais elevados. Por conter elementos artísticos e humorísticos, possui um alto poder de persuasão. Silverstone (2002) relaciona persuasão com liberdade. Segundo o autor, não é possível falar em persuasão a quem não compete o poder de escolha, e isso compreende também a possível diferença de opinião entre emissor e receptor. Ao dissertar sobre a retórica da persuasão, Silverstone (2002) comenta:

“A retórica repousa na hierarquia, num reconhecimento de tal diferença. Ela implica classificação e argumento, e não apenas persuasão. É fala, mas também escrita” (SILVERSTONE, 2002, p. 64)

Tal dualidade é parte preponderante na peculiaridade da charge. Por ser um tipo de mídia que exige pouco tempo por parte do leitor para apreciar e interpretar, o chargista requer certa sagacidade para transmitir seu ponto de vista de maneira rapidamente compreensível e minimamente interpretável. Silverstone (2002) utiliza o conceito de brincadeira, que aqui se encaixa perfeitamente ao propósito do artista gráfico do jornal:

“Entrar num espaço e num tempo para brincar é transpor um limiar, deixar algo para trás – um tipo de ordem – e apreender uma realidade diferente e uma racionalidade definida por suas próprias regras e termos de troca e ação”, (SILVERSTONE, 2002, p.115).

Talvez essa seja a característica principal do chargista e, conseqüentemente, da charge que produz, a partir desta experiência de forçar situações absurdas: a

capacidade de imersão em outra realidade que segue novas regras. Aprofundaremos este tema mais adiante quando falarmos das principais características da charge.

2.2. Breve História da Charge e da Caricatura

A charge e a caricatura são artes que acompanham a cultura de um povo. Mais do que uma representação satírica de alguém ou de alguma situação, elas são um reflexo de uma época e de um lugar. Sendo assim, é natural que as primeiras caricaturas possam ser identificadas em tempos remotos. Fonseca (1999) fala dessas origens:

“As gravações toscas em ossos de animais das épocas pré-históricas, nas quais figuram os inimigos representados com cabeças de gazelas para simbolizar sua covardia, são manifestações daquela arte ainda balbuciante, que se expressava pela linguagem do grotesco, um dos muitos aspectos da caricatura, talvez o único cultivado até a chegada da idade moderna.” (FONSECA, 1999 p.43).

No entanto, a caricatura, como a conhecemos, desenvolveu-se paralelamente ao desenvolvimento da imprensa. Melo (1985) atribui à inserção da charge e da caricatura nos jornais a dois fatores: o aprimoramento das técnicas de impressão e a popularização do jornal enquanto veículo de massa. Fonseca (1999) explica que a grande aceitação das gravuras satíricas impressas levou a caricatura a abranger aspectos políticos, culturais e sociais, transformando o antigo costume em uma consistente forma de sátira social.

É importante lembrar que até então as caricaturas se resumiam a meramente satirizar alguma personalidade política ou social, sem ironizar a sociedade e seus costumes, o que de fato, popularizou o gênero nos jornais. O autor ainda fala que foi a Inglaterra o primeiro país a ter uma escola bem constituída de caricaturistas, com características próprias, ainda que a França já tivesse seus primeiros artistas do gênero. Fonseca (1999) conta que as técnicas inglesas de cartum foram trazidas por Louis Boily e Philibert Deboucourt, no período de decadência da monarquia francesa de Louis XIV, no começo do século XVI, e que as caricaturas propriamente ditas, que até a popularização da imprensa e dos almanaques humorísticos era comercializada na forma de estampas individuais, chegaram ao Reino Unido através da Holanda, onde a caricatura gozou de grande liberdade devido ao regime de

liberdade que abrigou vários artistas descontentes com os governos de seus países. De fato, o autor aponta a Holanda como o berço da charge política por estes motivos, além de sua evidente posição geográfica estratégica. Ele explica ainda que a partir destas gravuras individuais que circularam pelo mundo, artistas migraram para este tipo de arte e os almanaques foram surgindo por toda a Europa, e a partir de então a caricatura foi difundida, sendo instaurada a modalidade na América Latina na metade do século XIX.

2.3. A Charge no Brasil – Primeiros Dias

No Brasil, a charge e a caricatura demoraram a se instalar devido a uma série de restrições da coroa real portuguesa à criação da imprensa, fixando-se efetivamente na metade do século XIX. Ainda há muita especulação sobre as origens destas artes no país. Fonseca (1999) atribui a Manuel de Araújo Porto Alegre, o Barão de Santo Ângelo, o status de primeiro caricaturista do Brasil, por uma charge feita em 1837. Tratava-se, segundo o autor *“de uma crítica às propinas recebidas por um funcionário do governo relativas ao Correio Oficial”* (Fonseca, 1999).

Já Lima (1963) cita o autor Araújo Viana e sua obra *Curso das Artes Plásticas* para dizer que as primeiras caricaturas foram publicadas no periódico *Brasil Ilustrado*, entre 1855 e 1856. Talvez sejam estes as primordiais charges brasileiras, porquanto se tem conhecimento de seus estilos e características principais, a saber: a sátira social que ironiza as adversidades que população do Brasil Império atravessava devido às limitações do país, e que aqui reproduzimos na tentativa de ilustrar o começo daquilo que se convencionou chamar charge:

“...um, a censurar os banhos de mar nas praias do Rio de Janeiro, quando não havia processo regular de esgotos, a mostrar surpresas desagradáveis para o banhista; outros a criticar os esgotos de águas das chuvas a saírem dos tubos sobre o passeio da rua, obrigando o transeunte a uma série contínua de pulos; (...) A saia-balão, em uso nas senhoras, lembrou ao caricaturista um projeto de construção especial de casas, onde as portas e janelas de sacadas deviam ter vãos, com formas de garrafão, para melhor servirem às senhoras” (VIANA, apud. LIMA, 1963 p.68).

Podemos observar, por meio deste relato, que as primeiras charges brasileiras se utilizaram de elementos de humor ainda válidos nos dias atuais, que são as situações hipotéticas levantadas por efeito de um ou mais elementos presentes na sociedade.

As charges começaram a se proliferar no Brasil junto com o aumento de publicações de periódicos abertos para o gênero. Ainda que Lima (1963) tenha citado por alto o pioneirismo em caricaturas do periódico “A Lanterna Mágica”, de 1944, Fonseca (1999) comenta a importância da primeira publicação humorística especializada, chamada “Semana Ilustrada”, com lançamento datado em 1860. O autor menciona que a partir desta, surgiram outras semelhantes, graças à relativa liberdade de imprensa concedida pelo Segundo Império. Publicações como a *Revista Ilustrada*, *Bazar Volante*, *Vida Fluminense* e *O Mosquito*. Nesta época, surgiram no Brasil caricaturistas como Rafael Bordalo, português que, pela boa qualidade de seu trabalho, acabou estabelecendo padrões a serem seguidos. Outro grande nome que influenciou a caricatura brasileira em seu princípio foi o pintor Pedro Américo, que, tendo estudado em Paris, trouxe à caricatura nacional a irreverência francesa.

Ainda assim, não é correto afirmar que a caricatura brasileira é, ou foi, homogênea. Fonseca (1999) nos mostra que, por ter se desenvolvido diferentemente em países como Inglaterra, França e Alemanha, todas essas influências chegaram até a arte nacional. Isso se deve principalmente à pluralidade de artistas que aqui viveram e que aprimoraram suas artes em diferentes pontos da Europa. Ainda assim, é possível definir um período da caricatura. Lima (1963), cita o teórico Robert de La Sizeranne, que divide a caricatura em três períodos ou fases de evolução:

“Simbolista, no princípio, quando os egípcios recorriam aos animais para simbolizarem o caráter de suas vítimas, tais como os leões e as gazelas, que representavam reis e concubinas; deformante, até a Renascença, quando a palavra italiana caricare dava a medida exata de sua finalidade de então, e característica, nos tempos atuais.” (LIMA, 1963, p.19).

Sizeranne (apud. Lima, 1963) afirma que o ato de caracterizar levou verdadeiros artistas a se dedicarem à arte da caricatura, pondo fim, desta maneira, na carreira de grandes caricaturistas profissionais. Com efeito, tem-se conhecimento de grandes artistas, como o já citado Pedro Américo e o também pintor Di Cavalcanti. Isso permite uma rápida conclusão que desde seus primórdios, a

caricatura brasileira foi essencialmente desta última fase de evolução citado pelo autor.

Enquanto linguagem gráfica, a charge continuou se desenvolvendo ao longo das primeiras décadas do século XX. É importante ressaltar que a produção chargística sempre esteve muito ligada à situação política e social do Brasil. Para esta pesquisa, contudo, apresentamos uma comparação entre dois momentos políticos importantes, que exemplificam como as charges e os chargistas articulam suas produções de acordo com o comportamento político e social: a ditadura militar, entre 1964 e 1985, e o período pós-redemocratização, de 1985 até o governo atual.

3. O PERFIL DAS CHARGES DURANTE A DITADURA MILITAR NO BRASIL

O Brasil conheceu, entre os anos 1960 e 1980, uma dos regimes autoritários mais longos da América Latina. Durante 21 anos de ditadura militar, a imprensa brasileira enfrentou consequências difíceis com matérias, editoriais, charges e caricaturas censuradas frequentemente. Conforme ressalta Soares (1989), a censura não ocorreu de maneira semelhante durante os cinco governos autoritários do referido período. Como veremos a seguir, em alguns momentos o controle aos veículos de comunicação é mais brando; em outros, muito mais severo.

Neste capítulo, mostraremos como o jornalismo opinativo, sobretudo aquele expressado pelas charges e caricaturas, comportou-se diante dos desdobramentos do governo militar brasileiro. É preciso ressaltar, no entanto, que não era a primeira vez que os meios de comunicação brasileiros passavam por um período de censura. Durante o segundo período do governo de Getúlio Vargas, chamado de Estado Novo, o País também conheceu o poder do controle sobre liberdade de imprensa.

Ao retomar seu contexto histórico, é importante destacar que o desenvolvimento da charge e da caricatura teve mais força na Holanda do século XVIII devido a seu regime político que permitia grandes liberdades, incluindo as de expressão e criatividade. Talvez esse motivo tenha sido o principal fator para a evolução da sátira social, enfatizando-se a importância de políticas democráticas neste tipo de arte opinativa. Lima (1963) cita Francis Grose, talvez o primeiro estudioso a publicar um documento sobre a arte da caricatura, em trecho de seu livro, *Rules for drawing caricature, With Essay on Comic Painting*, de 1788, para demonstrar a força da caricatura ante o poder público:

“(...)ela [a caricatura] é um dos elementos da pintura satírica e que, como poesia desse gênero, é talvez empregada com maior êxito em vingar a virtude e a dignidade ultrajadas, apontando os culpados ao público, único tribunal a que eles não podem fugir; e fazendo tremer à simples idéia de ver suas loucuras, seus vícios, expostos à ponta acerada do ridículo, aqueles mesmos que enfrentam com desdém censuras atrozes” (GROSE, apud. LIMA, 1963 p.5).

Com efeito, Fonseca (1999) diz que a capacidade de explicitar a loucura e vícios dos tiranos foi um dos principais fatores que fomentavam o ódio do príncipe Louis XIV da França contra a Holanda, chegando a temer mais seus caricaturistas que soldados e marinheiros. É importante lembrar que os caricaturistas franceses asilaram-se em outros países, como a Holanda, por efeito das represálias do

governo absolutista de Louis XVI. Estendendo este autoritarismo a governos burocráticos-autoritários como tivemos no Brasil, Melo (1985) afirma que não é raro na história do jornalismo de muitos países, como o Brasil, que a caricatura murche durante os governos autoritários, reaparecendo e desenvolvendo-se com ímpeto quando volta a florescer a vida democrática.

Em relação ao Estado Novo, o governo totalitário implantado pelo presidente Getúlio Vargas em 1937, a afirmação é verdadeira em todos os seus aspectos. De acordo com Fonseca (1999), a criação do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda) por Vargas, órgão de censura à imprensa prejudicou o desenvolvimento da caricatura, pois sua sobrevivência se tornava inibida em tal clima de controle oficial.

O autor também fala que a censura à imprensa só foi atenuada com o avanço da campanha norte-americana na Segunda Guerra Mundial, que eclodiu em 1939, e que trouxe para a força aliada o governo brasileiro, que por sua vez, viu-se obrigado a não tomar medidas semelhantes aos seus inimigos do Eixo, bloco de países que tinham como líderes Alemanha, Itália e Japão. Uma nova geração de chargistas e caricaturistas, tendo como autores principais Théo, Álvaro, Mendes e Luiz Sá (destacados por Fonseca), começou a se articular e desenvolver a caricatura brasileira conforme o Estado Novo perdia suas forças enquanto governo totalitário. É importante lembrar que a caricatura e a charge existiram no período em questão, mas seus artistas estavam limitados apenas a retratar fatos da política internacional, não interferindo, portanto, na formação de opinião dos leitores acerca do governo varguista.

Décadas mais tarde, entre 1960 a 1980, a imprensa possuía opiniões divididas sobre a forma de governo. Como mostraremos a seguir, importantes veículos colocaram-se contra o regime autoritário. Outros, mantiveram-se, por diversos motivos, a favor do governo. Destacamos, ainda, o surgimento e a popularização dos jornais e revistas alternativos, um dos principais modos de protesto contra os militares, especialmente no campo da charge.

Uma vez que o número de jornais e revistas com o posicionamento acima descrito são muitos, iremos deter nossa pesquisa e análise em um dos principais jornais paulistas – *Folha de S.Paulo*. A revista *Veja*, que iniciou suas atividades em 1968, também será abordada – de forma menos intensa – como exemplo do posicionamento de uma revista semanal em relação ao governo. O jornal *O Pasquim* também será abordado devido sua importância entre os veículos alternativos. E,

para que se entenda o comportamento da imprensa e o grau de censura sofrida por ela, dividiremos este capítulo conforme o mandato de cada presidente militar.

3.1 – As origens do governo militar brasileiro

No Brasil, a ditadura militar corresponde ao período político entre os anos de 1964 a 1985. De acordo com Skidmore (1988), havia no país uma série de questões que possibilitou a eclosão do regime dos militares. A primeira delas diz respeito ao então Presidente da República, João Goulart, acusado de manter ligações com o comunismo, sobretudo por meio do CGT (Comando Geral dos Trabalhadores), liderado por comunistas. O autor ressalta que a ideologia anticomunista na política brasileira não era nova, tendo surgido na Era Vargas.

Outro problema enfrentado por Goulart era a situação econômica e social na qual o Brasil se encontrava mergulhado. Skidmore (1988) enfatiza os aspectos econômicos, com índices de inflação que variavam entre 12 e 26 por cento e com a falta de crença dos credores na melhoria do País. O sistema educacional da época, segundo o autor, era precário, e apenas 15 por cento dos alunos matriculados no ensino secundário, por exemplo, conseguiam concluir o curso. O autor reforça, ainda, que a saúde era outra área esquecida, com grande contraste nos atendimentos médicos realizados na cidade e no campo.

O fato mais importante usado pelos inimigos de Goulart – os militares e a União Democrática Nacional (UDN), partido político contrário à orientação liberal – foi a reforma agrária, bandeira defendida pelo então presidente. Skidmore (1988) salienta que os inimigos da presidência afirmavam que Goulart não tinha intenções de executar a distribuição de terras, mas que estava tentando *“polarizar a opinião pública e assim preparar o terreno para a tomada de seu governo pelo nacionalismo radical”*, (Skidmore, 1988, p. 39).

Na visão do autor, diante da impossibilidade de executar o *impeachment*, uma vez que não possuíam a maioria dos votos na Câmara dos Deputados, as forças anti-Goulart teriam que descobrir outro modo de depor o presidente. Para tal, contavam com o apoio de importantes aliados civis, como os governadores Carlos Lacerda, da Guanabara, e Adhemar de Barros, de São Paulo. Também estavam do lado das forças anti-Goulart influentes veículos da imprensa, como *O Globo*, *O Estado de S. Paulo* e o *Jornal do Brasil*.

De modo que, como diz Skidmore (1988), o presidente João Goulart começou o ano de 1964 cercado por todos os lados. Procurou apoio em seus aliados – nacionalistas e líderes trabalhistas – bem como nos partidos de esquerda (Partido Comunista Brasileiro e Partido Comunista do Brasil), além de realizar diversos comícios populares nos quais prometia inúmeras reformas.

Em meados de março de 1964, as tensões políticas eram altíssimas, bem como a conspiração militar-civil coordenada pelo general Castelo Branco. Deste modo, conta Skidmore (1988), Goulart finalmente percebeu que seus apoiadores não tinham mais forças para mantê-lo no poder. E, *“uma vez mais, como em 1954, um governo populista foi posto abaixo pelos homens de farda”* (Skidmore, 1988, p. 43).

Começava então a luta para a decisão sobre quem assumiria o poder. Rapidamente, os militares entraram em ação, colocando a polícia política (DOPS) para prender ativistas de esquerda, como líderes estudantis, sindicais, camponeses, e organizadores de grupos católicos radicais. O golpe foi incentivado pelo governo de São Paulo e da Guanabara e recebeu esmagador apoio da imprensa nacional, que ressaltou a participação de civis.

3.2 – O governo Castelo Branco: 1964-1967

O escolhido para assumir o poder do governo brasileiro foi o genral Castelo Branco. De acordo com Pilagallo (2002), Castelo Branco foi escolhido devido ao relacionamento tranqüilo com as facções militares, bem como pelo relevante desempenho no movimento militar na tomada do poder.

Conta Skidmore (1988) que a ordem do governo Castelo Branco era a de “arrumar a casa”. Para tal, no mês de abril de 1964, os militares emitiram, ignorando muitas leis existentes, o Ato Institucional nº1, estipulando a apresentação de ementas constitucionais e o prazo que teria o Congresso para examiná-las, a apresentação de projetos de leis, e o poder de suspensão dos direitos políticos de qualquer cidadão em nome da paz nacional. Escreve o autor que, na visão militar, *“o aumento dos poderes do Executivo era necessário, segundo o Ato, para a ‘reconstrução econômica, financeira, política e moral do Brasil’”*, (Skidmore, 1988, p. 49). Conta ainda o autor que o novo presidente tratou, também, de minar seus adversários, concedendo a partidários da UDN importantes cargos políticos. Conforme destaca Pilagallo (2002), livre de adversários políticos, o presidente

“tratou de recolocar o Brasil na esfera de influência dos EUA”, (Pilgallo, 2002, p. 110), acreditando nas vantagens da economia liberal e esboçando um plano, a cargo dos ministérios da Fazenda e do Planejamento, para aprimorar o capitalismo brasileiro.

Um dos maiores objetivos do governo militar, cita Skidmore (1988), era acabar com as ações de militantes de esquerda¹ que, supostamente, estavam levando o País para o regime comunista. De acordo com o autor, milhares de pessoas foram presas na chamada Operação Limpeza, entre eles, membros do Movimento de Educação de Base, da Juventude Universitária Católica e de muitas outras entidades. Os partidos políticos esquerdistas, como o PCB e PC do B, também foram reprimidos pelos militares. O autor lembra, ainda, que a repressão foi muito severa no Nordeste, pois lá se concentravam muitos líderes considerados perigosos, como o especialista em educação, Paulo Freire e o superintendente da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (Sudene), Celso Furtado.

Para Castanho (2001), a tortura era, principalmente, uma maneira de evitar ações dos adversários do regime militar. Skidmore (1988) relata que o estado da Guanabara talvez tenha sido o principal local de tortura e violência militar. A cidade do Rio de Janeiro abrigava a Cenimar (Centro de Informações da Marinha) e o violento Departamento de Ordem e Política Social (Dops). Segundo o autor, o Dops perseguia, capturava e torturava sindicalistas, religiosos e estudantes. Estima-se que nos primeiros meses do governo Castelo Branco, o número de torturados seja algo em torno de 10 mil a 50 mil pessoas. Nunca foram divulgados dados oficiais.

A tortura também atingiu a área política, não sob forma de violência física, mas sob a cassação de mandatos legislativos:

“Os militares da linha dura possuíam uma lista de cerca de 5000 inimigos cujos direitos políticos pretendiam suspender. Com isso, formou-se uma atmosfera de caça às bruxas nos gabinetes governamentais, com a mistura de ideologia com vendettas pessoais. Os acusados não tinha direito de defesa, nem as acusações sobre eles foram jamais publicadas. O novo governo alegava (extra-oficialmente) que, sendo revolucionário, podia criar suas próprias regras para punir os subversivos e corruptos”, (SKIDMORE, 1988, p. 59).

¹ De acordo com Bobbio (1995), direita e esquerda são dois termos antitéticos que são usados para referir-se ao contraste de ideologias conflituais de pensamento e ações políticas.

O autor lembra que entre os políticos expulsos do país, figuraram o deputado Leonel Brizola e o ex-presidente do Brasil, Juscelino Kubitschek, então senador por Goiás.

3.2.1 – A posição da imprensa brasileira

Conforme já relatado, a imprensa brasileira apoiou, em sua grande maioria, a instauração do governo militar. O principal motivo para o suporte já foi mencionado: o controverso mandato de João Goulart. É interessante observar que, neste primeiro momento, os dois principais jornais de São Paulo – *Folha de S. Paulo* e o *Estado de S. Paulo* – mantinham o mesmo posicionamento a favor do novo regime. De acordo com Pilagallo (2002), a *Folha* publicou um artigo favorável ao Ato Constitucional nº2 (AI-2), assinado em 27 de outubro de 1965. O Ato, ressalta o autor, determinava eleições indiretas para a presidência da República, bem como o fim do pluripartidarismo. Outros grandes jornais do País, como *O Globo* e o *Correio da Manhã* também estavam do lado do novo presidente.

Segundo Skidmore (1988), o único grande jornal que era contra o golpe militar foi o *Última Hora*. Seu diretor e fundador, o jornalista Samuel Wainer, precisou fugir dos torturadores do regime.

Porém, esse quadro de total apoio aos militares começou a mudar na medida em que foram surgindo as primeiras denúncias de tortura a civis no País. Skidmore (1988) cita o jornal *Correio da Manhã*, que passou a publicar com riqueza em detalhes as informações sobre torturas sofridas por diversos presos políticos.

Durante o governo de Castello Branco, permaneceu um aparente clima de liberdade à imprensa. Porém, isso não significa que não havia perseguição aos jornais que se declaravam contra ao regime. Soares (1989) lembra o caso do *Correio da Manhã*, que, após denunciar os excessos da ditadura, foi duramente acossado e a única saída, depois de um ataque com uso de bomba e da prisão da proprietária do periódico, foi o encerramento de suas atividades. Para o autor, dizer que não houve censura é um erro; o que se pode afirmar é que, comparado ao que viria a partir de 1968, o governo Castello Branco pouco fez contra a liberdade de expressão e de informação.

Ainda em 1964, segundo Gaspari (2002), o governo militar criou o Serviço Nacional de Informações (SNI). Idealizado pelo General Golbery do Couto e Silva e criado pela lei nº4.341, o objetivo do SNI era observar e controlar as atividades de

informações realizadas no Brasil e no exterior. O autor conta que, no Brasil, o SNI tinha obrigações com apenas uma pessoa – o presidente da República. O autor reproduz, ainda, as palavras de Golbery, durante uma *Exposição ao Ministério* realizada no final de 1964, que apresentam uma noção de como agia o órgão:

“O SNI é um órgão nitidamente introvertido, por definição sempre voltado para dentro, e ao qual não está afeta qualquer atividade de divulgação pública, de propaganda ou contrapropaganda, limitando-se a promover informações e, quando for o caso, avaliações e estimativas, apenas no âmbito governamental e com a adequada salvaguarda do sigilo. Com isso, restringe-se o risco de que o Serviço, órgão sobretudo de auscultação, se deixe impressionar pelo o eco de suas próprias elaborações, acrescentando as dificuldades, que já de si tão grandes, de toda observação participante. Ou, o que é ainda pior, passe a enxergar apenas o que confirme os pontos de vista externados ao grande público”, (GASPARI, 2002, p. 156).

3.2.2 – A produção de charges durante o governo Castello Branco

Ênio Lins (1986), jornalista da revista *Princípios*², afirma que os oficiais do SNI preocupavam-se, sobretudo, com o conteúdo dos textos jornalísticos. Logo, segundo o jornalista, cabia aos recursos não textuais, em especial às charges, mediar a comunicação das informações e críticas políticas que não podiam ser escritas. A charge *“deve forçar o leitor a procurar e encontrar a ‘segunda intenção’ contida no desenho, numa ação instantânea, mas não explícita”*, (Lins, 1986, p. 60).

Em suas charges, a *Folha de S. Paulo* ainda não criticava o regime autoritário. Ao contrário, mantinha uma postura editorial que chegava a colocar em dúvida as acusações contra a nova forma de governo. Esse comportamento pode ser observado na charge abaixo, de autoria do chargista Nelson Coletti.

² Revista de cunho marxista criada em 1981 pelo ex-deputado constituinte João Amazonas.

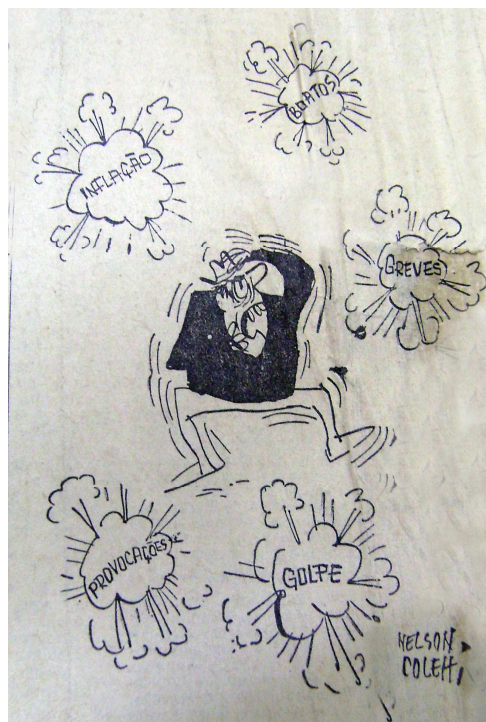


Figura 1: charge de Nelson Coletti. Publicada na *Folha de S.Paulo* no dia 01/04/1964.

Lins (1986) conta que, em setembro de 1964, surgiu uns dos primeiros instrumentos impressos contra o governo militar: o livro *Hay Gobierno?*, reunindo charges de Jaguar, Fortuna e Claudius. Fonseca (1999) destaca que, nos anos 1960, os três já eram figuras consagradas no universo das charges, contribuindo para jornais e revistas importantes, como o *Última Hora*, *Correio da Manhã*, e a revista *O Cruzeiro*. De acordo com o autor, *Hay Gobierno?* é uma denúncia contra o então recém-nascido regime, ao mesmo tempo em que se tornou uma reportagem sobre os primeiros dias da ditadura e toda mudança trazida por ela para a política e sociedade brasileira.

Segundo Lins (1986), as charges adquirem extrema importância nos primeiros anos do regime autoritário brasileiro. Em meio ao autoritarismo, violência e escândalos, o regime fornecia conteúdo para que toda uma geração de chargistas consolidasse a charge política como um dos poucos meios de comunicação capazes de, com eficiência, criticarem o governo por meio do humor, ironia e sutileza.

3.3 – O governo Costa e Silva: 1967-1969

Em março de 1967, apesar dos esforços de Castello Branco e aliados, toma o poder o marechal Costa e Silva. Segundo Skidmore (1988), a primeira atitude de Costa e Silva foi aumentar a participação dos militares no Ministério; alguns generais

ocuparam importantes cargos, como os Ministérios de Minas e Energia, do Trabalho e da Previdência Social.

O mesmo autor salienta que a mais urgente missão do novo presidente era melhorar a economia. Como lembra Macarini (2006), a política econômica de Castello Branco teve ênfase no combate à inflação. O resultado foi catastrófico para o País, com redução de salários, venda de empresas brasileiras para indústrias de outros países, entre outras consequências. O autor conta que o novo governo, apoiado no economista Antônio Delfim Neto, então ministro da Fazenda, rejeitou o diagnóstico de inflação no Brasil e propôs mudanças na política de crédito – a ordem era estimular a demanda pelo afrouxamento de crédito. Deste modo, a economia brasileira cresceu 4,8% em 1967.

Ao deixar os problemas econômicos nas mãos de Delfim Neto, Costa e Silva tentava projetar uma imagem conciliatória. Skidmore (1988) relata a criação da Assessoria Especial em Relações Públicas (Aerp), a fim de manter o governante bem informado sobre a opinião pública dos setores aos quais o governo se dirigia.

Fato é que ainda no primeiro ano de governo de Costa e Silva, os ânimos políticos se inflaram, sobretudo, entre governo e aliados de Castello Branco. Foram iniciados movimentos contrários ao presidente por parte dos líderes do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), políticos da Aliança Renovadora Nacional (Arena) e membros da Frente Ampla – grupo político criado em 1966 e liderado por Carlos Lacerda, João Goulart e Juscelino Kubitschek contra o governo militar.

As críticas a Costa e Silva não partiam apenas de figuras e partidos políticos. Fico (2001) salienta que o movimento católico e o operário também se mostravam insatisfeitos com o governo militar. No entanto, os maiores conflitos aconteceram contra estudantes e comunistas.

O autor destaca inúmeras medidas arbitrárias e violentas contra estudantes, como invasões a universidades, que quase sempre acabavam em prisões e torturas. Apesar da truculência, os jovens conquistaram visão política e ideológica:

“As lideranças estudantis, mesmo perseguidas, ameaçadas e, muitas vezes, presas, conseguiram canalizar as insatisfações específicas do setor (falta de vagas, arcaísmo do ensino), no sentido de uma politização francamente de esquerda. Em 1968, os protestos estudantis tiveram grande projeção em função da alta incidência, dramaticidade e grande número de participantes”, (FICO, 2001, p. 58-59).

Assim, é possível perceber que as críticas ao Presidente partiam de diversos grupos da sociedade. Para acalmar os ânimos da população, Costa e Silva decidiria endurecer a forma de governo, como veremos adiante.

3.3.1 – O AI-5 e suas consequências para a imprensa brasileira

Em meados de 1968, a oposição contra o governo de Costa e Silva era altíssima. Os protestos contra o presidente já haviam tomado conta da Câmara dos Deputados, onde Márcio Moreira Alves, jornalista e deputado, denunciara a brutalidade e a tortura praticada por policiais contra presos políticos. Pilagallo (2002) relembra a passeata dos Cem Mil, que ocorrera no mesmo ano e transformou-se na maior manifestação popular contra o governo Costa e Silva.

A resposta do governante brasileiro foi rápida. Para continuar no poder, Costa e Silva promulgou, em 13 de dezembro de 1968, o Ato Institucional nº5 (AI-5) e o Ato Suplementar nº38, que decretava o recesso por tempo indeterminado do Congresso.

O AI-5 era “*o golpe dentro do golpe*” (Pilagallo, 2002, p. 121), ou seja, era, de fato, os militares da linha dura assumindo o poder. Pilagallo (2002) ressalta que a promulgação do Ato marca o início do período conhecido como os Anos de Chumbo. Costa e Silva obteve, então, poderes para fazer tudo o que achava necessário para esmagar a oposição: expurgação do Congresso, aposentadoria de professores, prisão de estudantes, líderes sindicais, jornalistas, intelectuais.

Para Soares (1989), o AI-5 representa a “ditadura deslavada” no Brasil. Se antes do ato a censura era um modo de o regime se defender de possíveis ameaças praticadas pela imprensa, após a nova lei a censura existia mesmo que não houvesse um estado de sítio. Desde o dia 13 de dezembro de 1968, oficiais do governo passaram ocupar e controlar as redações dos principais jornais do País. O *Estado de S. Paulo* foi um dos primeiros jornais a sofrerem ação do novo ato, com a presença de oficiais do governo na redação e confisco de edições.

Outros importantes veículos que sofreram com o AI-5 foram o *Jornal do Brasil*, *Correio da Manhã* e *Tribuna da Imprensa*.

Soares (1989) explica que, até 1969, existiram diversas maneiras de praticar a censura política nos veículos impressos. A primeira era a aplicação de autocensura, ou seja, os jornais e revistas deveriam publicar apenas o que fosse conveniente ao regime autoritário por vontade própria. Os veículos que recusavam a autocensura eram obrigados a mandar seus textos para os censores em Brasília,

arcando com todas as despesas postais. Outra maneira era a presença dos censores nas próprias redações. Tudo isso, claro, afetava a qualidade do material publicado.

Mesmo com denúncias de tortura e com os abusos do AI-5, a *Folha de S. Paulo* continuava com uma postura mais contida. Segundo Gentili (2004), o grupo jornalístico resolveu agir, durante os anos de chumbo da ditadura militar, de modo bastante “educado”. Na visão do autor, a submissão da *Folha* representa o bom senso do Grupo, que tinha consciência de que ainda não se firmara como instituição da sociedade. A produção de charges acompanhava a mesma linha editorial do jornal, sendo mais branda do que em outros veículos.

O bom senso da *Folha* pode ser visto na charge abaixo:



Figura 2: Charge de Nelson Coletti. Publicada na *Folha de S. Paulo* no dia 13 de março de 1969.

A charge acima, de Nelson Coletti, exemplifica o comportamento da *Folha*. Percebe-se que o veículo apontava os problemas econômicos e sociais do Brasil, porém sem os relacionar diretamente com o modo de governo vigente.

O endurecimento do regime militar traz uma grande revolução para o jornalismo brasileiro – o fortalecimento da imprensa alternativa. Conforme já dito, os anos 1950 e 1960 são marcados pela organização da produção jornalística, transformando os jornais em verdadeiras empresas. Na visão de Paccola (2003), como essas empresas não podiam criticar o governo abertamente, surgiram muitos

jornais, sem compromisso com publicidade ou com organização empresarial, voltados para as denúncias contundentes sobre a violência, censura e violenta repressão que ocorria no País. São os chamados veículos alternativos.

A autora cita o livro *Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*, de Bernardo Kucinski, para contar que, entre 1964 e 1980, surgiram 150 periódicos alternativos. Segundo ela, a imprensa alternativa era produzida por jornalistas ligados a movimentos populares ou a partidos políticos de esquerda, que haviam perdido seus empregos na grande imprensa e que pretendiam denunciar as mazelas cometidas pelos militares. Um dos maiores exemplos de veículos alternativos, ainda de acordo com a autora, é a revista *Realidade*, que, mesmo pertencendo à editora Abril, empregava profissionais ligados a partidos políticos clandestinos e brigavam (muitas vezes, ganhando a briga) com seus diretores de redação para publicarem seus pontos de vista. Muitos outros veículos apareceram ou ganharam força na imprensa alternativa, entre eles o *Opinião*, *Movimento*, *Versus*, *Cool jornal* e, obviamente, *O Pasquim*, sobre o qual falaremos mais adiante.

3.4 – O governo Médici: 1969 – 1974

Costa e Silva não pôde aproveitar todo o poder a ele investido por meio do AI-5 por muito tempo. Em agosto de 1969, o então presidente foi vítima de uma trombose cerebral que o deixou paralisado e impedido de falar e, conseqüentemente, impossibilitado de governar. Os militares, que não confiavam no vice-presidente Pedro Aleixo, pois este fora contra o Novo Ato, elegeram para o cargo o general Emilio Garrastazu Médici, até então desconhecido do público. Médici assumiu a presidência em outubro de 1969 devido ao fato de ser “o único general de quatro estrelas que podia impedir o aprofundamento da divisão que lavrara no Exército”, (Skidmore, 1988, p. 211).

Familiarizado com os problemas do Brasil, pois fora chefe do SNI, o novo presidente sabia quais pontos da gestão anterior poderia manter em seu governo. Deste modo, ainda segundo o mesmo autor, Médici conservou a figura de Delfim Neto, apontado por estudiosos como o arquiteto do *boom* econômico pelo qual passava o País.

Skidmore (1988) afirma que, aparentemente, o governo de Médici foi tranqüilo, pois o grande público não tinha conhecimento de manifestações, passeatas e protestos. O autor atribui isso ao fato de que a censura e a repressão

funcionavam no Brasil a todo o vapor. Gentilli (2004) exemplifica a força da repressão no País com a morte do líder da Aliança Libertadora Nacional (ALN), Marighella, assassinado pelo aparelho repressivo apenas cinco dias após o novo presidente tomar o poder.

Todavia, atualmente sabe-se que o governo Médici foi o mais duro do período militar. Skidmore (1988) transcreve as palavras de Médice: *“Sim, haverá repressão – rigorosa e implacável. Mas somente contra o crime e somente contra os criminosos”*, (Skidmore, 1988, p.255).

O mesmo autor conta que a participação mais ativa dos oficiais nos interrogatórios policiais tornou-os mais violentos. Eis uma visão um pouco mais detalhada de como agiam os torturadores brasileiros:

“No gulag brasileiro havia três tipos de especialistas: os torturadores, que aplicavam choques elétricos, espancamentos, quase afogamentos na combinação certa para arrancarem confissões; os analistas, que recebiam informações sobre a última sessão de tortura e as comparavam (às vezes por computador) com dados anteriores, para indicarem o que mais a vítima poderia saber; e os médicos, que examinavam o estado físico das vítimas, para informarem até que ponto resistiriam a novas torturas se continuassem de boca fechada”, (SKIDMORE, 1988, p. 258).

A aparente calma na gestão de Médici não era apenas causada pela repressão. *“Juntamente com o porrete, oferecia-se a cenoura”*, (Skidmore, 1988, p. 215). Neste período, o Brasil passou por um rápido e desenvolvimento econômico, com aumento salarial de praticamente todas as categorias, criação recorde de novos empregos, destinação de grandes verbas para as universidades federais. Logicamente, o presidente usou o “milagre econômico” a seu favor e o sonho de ver o País como uma potência mundial; graças aos dez por cento de crescimento anual na economia, levou milhões de eufóricos brasileiros a apoiarem o governo militar. Pilagallo (2002) salienta que foram criadas, durante o governo Médici, setenta empresas estatais.

O milagre econômico brasileiro não é o único responsável pela popularidade de Médici. Skidmore (1988) enfatiza que o presidente contava com as ações da Assessoria Especial de Relações Públicas (Aerp). O autor afirma que uma equipe de jornalistas, psicólogos e sociólogos decidia o tema e o enfoque das propagandas do governo e, posteriormente, contratava uma agência publicitária para produzir peças para a televisão e para o cinema. As frases de efeito do presidente, como “Ninguém

segura este País”, propagavam uma mentalidade de segurança nacional e o progresso econômico.

O mesmo autor lembra que, no início dos anos 70, o Brasil emergia como um dos mais promissores mercados para a televisão. Esta época marca a afirmação da *Rede Globo* como a principal emissora brasileira. Conforme narra Moraes (1994), em sua obra *Chatô, o Rei do Brasil*, a TV Globo possuía laços com a organização norte-americana *Time-Life*, acusada de violar as leis brasileiras de telecomunicações. As denúncias contra o acordo entre Globo e *Time-Life* chegaram ao governo, porém foram rejeitadas. De acordo com os relatos do autor, a “vista grossa” realizada pelos militares deve-se ao fato de que os oficiais tinham grande interesse em se promover por meio da programação da emissora.

De acordo com a escritora e pesquisadora Flora Neves (2008), a Globo nunca mencionou, na época, que o Brasil vivia em uma ditadura militar. Ao contrário: a emissora divulgava o nome de “traidores da pátria” para incentivar a prisão de pessoas contra o regime autoritário. No mesmo período, o telejornal de maior audiência da Globo, o *Jornal Nacional*, era pautado apenas por notícias internacionais e pelo milagre econômico.

Com relação ao plano estritamente político, o governo Médici, segundo Skidmore (1988), também é marcado por tentar remendar o sistema eleitoral. No início da década de 1970, o presidente, tentava controlar os partidos existentes: a Aliança Renovadora Nacional (Arena) e o Movimento Democrático Brasileiro (MDB). Sobretudo, diz o autor, era necessário diminuir as chances do MDB, que, a cada ano, elegia mais políticos nas prefeituras brasileiras e na bancada de deputados. Para o presidente, as conquistas (ainda pequenas) do MDB representavam um clima de liberdade. Porém Médici, cita também o mesmo autor, decidiu manter essa imagem para não dar razão aos críticos internacionais que diziam que não havia democracia no Brasil.

3.4.1 – Censura à imprensa

A década de 1970 é ambivalente para a grande imprensa brasileira. De acordo com Gentili (2004), os principais veículos do Brasil dividiam-se em dois grupos: os do que iniciaram um processo de esplendor social e econômico e os que viveram de forma difícil os anos de chumbo.

Do lado dos veículos que viveram anos de expansão encontra-se, principalmente, a Rede Globo. De acordo com Gentili (2004), existem alguns fatores que explicam o êxito da emissora de televisão. Entre eles, destacam-se o milagre econômico vivido no País, o surgimento das televisões em cores, a queda do grupo Diários Associados, que até então dominava a comunicação brasileira, e o fato de a emissora ter voltado sua programação ao entretenimento (telenovelas, jogos de futebol e *shows* musicais) ao invés de dirigi-la ao jornalismo.

O grupo *Folha de S.Paulo* também pode ser enquadrado nos veículos que iniciaram, no governo Médici, um período de afirmação. A *Folha* demonstrou, por inúmeras vezes, evidente apoio ao presidente em questão. Pilagallo (2002) lembra o caso da morte do líder da ANL, quando publicou na manchete do dia a declaração do chefe da Polícia Federal de São Paulo: “É o tiro de misericórdia do terrorismo”.

Em seus editoriais, o suporte ao regime vigente mantinha o mesmo tom demonstrado acima. As charges da época, porém, traziam um pouco mais de crítica ao presidente e suas ações e decisões; contudo, de maneira muito mais branda do que os periódicos declarados contra o regime. Um exemplo é a charge abaixo:

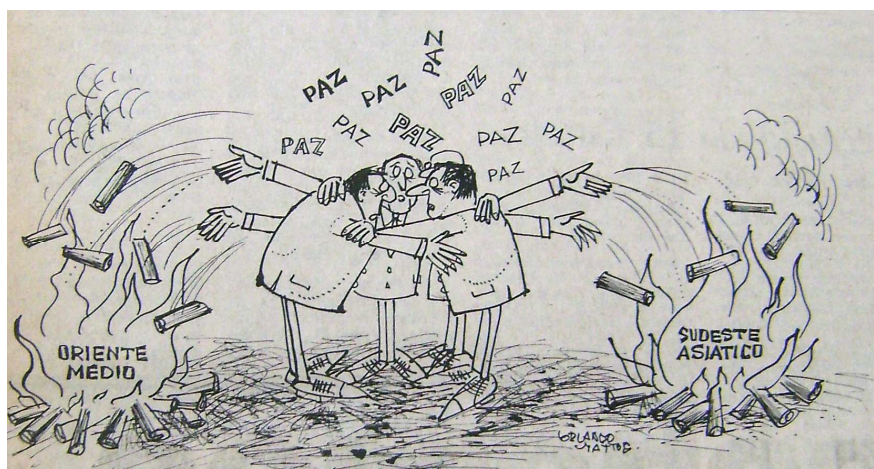


Figura 3: Charge de Orlando Mattos publicada na *Folha de S.Paulo* no dia 17/07/1970.

Devido à popularidade de Médici, as charges dos anos 1970 falavam, sobretudo, sobre a política internacional, uma vez que as relações do mundo ocidental com o Oriente Médio e com o Sudeste Asiático estavam conturbadas. Outro assunto abordado pelos chargistas da época foi o tricampeonato da Seleção Brasileira na Copa do Mundo de Futebol. Ou seja, fazia “vista grossa” para todo o autoritarismo do presidente, mascarado, principalmente, pelo bom desempenho da economia brasileira.

Gentilli (2004) conta que, até o governo Costa e Silva, jornais impressos e revistas vinham experimentando um padrão mais voltado para os interesses públicos da cidadania. Com a promulgação do AI-5 e com Médici no poder, passaram a sofrer com a censura imposta pelo governo. Entretanto, os grandes veículos não aceitaram de imediato o controle às produções jornalísticas. O *Estado de S. Paulo* transformou-se no maior representante dos periódicos contra o regime:

“O Jornal do Brasil produziu uma edição histórica com a edição do AI-5, com toda a primeira página ludibriando os censores, um exemplo de resistência imediata ao arbítrio.

O Estado de S. Paulo publica seus editoriais como verdadeiros libelos pela liberdade de imprensa (...). O Estado de S. Paulo tornar-se-ia o marco de repulsa da opinião pública”, (GENTILLI, 2004, p. 92).

As charges publicadas por *O Estado de S. Paulo* e pelos demais jornais levantavam-se contra o arbítrio dos militares.

3.4.2 – O Pasquim: representante da imprensa alternativa brasileira

Durante os anos 1970, o papel de combatentes ao governo militar coube também, e de maneira enfática, aos humoristas, escritores satíricos e cartunistas. Neste contexto, surgiu o mais popular dos semanários brasileiros – *O Pasquim*, criado em junho de 1969 pelos cartunistas Jaguar e Claudius e pelos jornalistas Sérgio Cabral Filho e Tarso de Castro. Segundo relata o próprio Jaguar no texto de apresentação da Antologia de *O Pasquim, Vol. I*, o objetivo era fazer jornalismo com liberdade, contrariando a censura militar; em outras palavras, “tirar o nó e a gravata do jornalismo brasileiro”.



Figura 4: Charge de Jaguar publicada na *Antologia de O Pasquim*, vol. I.

A princípio, os próprios colaboradores de *O Pasquim* tinham dúvidas sobre a permanência do veículo e ironizavam a capacidade da publicação em resistir às forças militares. Assim escreveu Millôr Fernandes no artigo “Independência, é? Vocês me matam de rir”, publicado na primeira edição de *O Pasquim*: “Não estou desanimando vocês, não, mas uma coisa eu digo: se essa revista for mesmo independente, não dura nem três meses”.

Na realidade, *O Pasquim* tornou-se muito popular no Brasil por trazer matérias, entrevistas, cartuns e charges irreverentes e em nada parecidas com aquelas que podiam ser vistas diariamente na grande imprensa. Na visão de Pieroni (1998), a publicação é responsável por conceder ao cartum o título de maior crítico ao governo da época. A autora contextualiza como os censores enxergavam as charges e tiras de jornal até então:

“Quando descobriu-se que as tiras dos jornais — menos visadas pela censura do que os textos escritos — poderiam falar o que estava proibido para o resto do jornal ou outra publicação qualquer, os quadrinhos e cartuns ganharam uma importância fundamental. Os censores pareciam achar que o quadrinho fosse uma coisa infantil e, por isso mesmo, inofensiva. Daí o humor se transformar no canal “oficial permitido” para se fazer oposição de maneira mais livre, passando a se constituir numa importante oportunidade para divulgação do discurso contestatório. Aos humoristas só restava, portanto, explorar suas possibilidades”, (PIERONI, 1998, p. 26-27).

Segundo texto de Sérgio Cabral publicado na apresentação da *Antologia de O Pasquim*, a publicação trazia o que o público (formado em sua maioria por homens e mulheres entre 18 e 30 anos) gostava de ler e ver: textos, fotos e cartuns sobre

cultura, futebol, política e contracultura. Além disso, contava com uma gama respeitável de colaboradores – Chico Buarque, Otto Lara Resende, Chico Anysio, Ferreira Gullar, Vinicius de Moraes, Fernando Sabino, Luis Fernando Veríssimo e muitos outros. Outras figuras eram praticamente fixas: Millôr Fernandes, Ziraldo, Henfil, Ivan Lessa e, obviamente, os fundadores do semanário.

A relevância de *O Pasquim* vai além da participação de colaboradores ilustres e do uso de uma linguagem coloquial e direta. Para Pieroni (1998), a publicação representa o auge do casamento entre o riso e a reflexão. Até a promulgação do AI-5, o humor nunca havia sido usado de maneira tão contundente com o objetivo de criticar a política da época. A autora ressalta que todos os participantes do semanário sabiam que a sátira havia se transformado na principal arma na ridicularização do poder vigente. A autora enfatiza como a ditadura militar propiciou o fortalecimento das publicações humorísticas, especialmente, de *O Pasquim*:

“Durante um período de 15 anos o humor serviu como arma poderosa anti-repressão e anti-ditadura. O regime repressivo estimulou o surgimento de um fenômeno que se pode denominar hiperpolitização da expressão humorística. O tratamento crítico dispensado à situação sócio-político-econômica brasileira, em grande parte dos cartuns e quadrinhos publicados durante a Ditadura Militar, servem como elemento facilmente comprovador desta questão. Apesar de possuírem estilos e visões diferentes no que concerne à criação, os produtores de humor formavam um bloco sólido de oposição à ditadura”, (PIERONI, 1998, p. 23-24).

Conforme a charge a seguir, de Millôr Fernandes, *O Pasquim* transformou-se em uma espécie de guia contra a repressão militar. Com críticas indiretas, que muitas vezes passavam despercebidas pelos censores, a publicação denunciava a pretensão do regime autoritário e, no caso abaixo, como o governo Médici procurava alienar os brasileiros.



Figura 5: Charge de Millôr Fernandes, publicada em *O Pasquim*, em agosto de 1970.

O sucesso e, sobretudo, o conteúdo de *O Pasquim* incomodaram o governo militar. Na madrugada do dia 12 de março de 1970, a sede da revista foi alvo de um atentado à bomba. Felizmente, os explosivos falharam, evitando a morte do vigia e de famílias que residiam ao lado do prédio onde se encontrava a sede do semanário. A autoria do atentado nunca foi esclarecida, embora a imprensa soubesse que os oficiais vinham praticando atos contra grandes jornais, como no caso do *Correio da Manhã*. Além disso, muitos textos foram censurados pelo governo, conforme publicado na edição comemorativa de um ano de existência do semanário.



Figura 5: Charge de Ziraldo, publicada em *O Pasquim*, em setembro de 1970.

A charge acima, de autoria de Ziraldo, ironizava um dos lemas de Médici – “Brasil: ame-o ou deixe-o”. Para o governo, materiais como este eram provocações à política e à moral do País. Conforme cita Soares (1989), era motivo suficiente para levantar a ira do regime autoritário. Como *O Pasquim* concentrava suas produções no caráter político e no modo de vida do Brasil, a censura acabou tendo forte impacto. Assim, embora tenha atingido grande sucesso de público e de vendas, alguns de seus colaboradores foram presos e muito de seus textos foram cortados. Nos anos de chumbo, o humor precisava fazer malabarismos para driblar a censura. Essa também foi a realidade de muitos veículos alternativos que tentaram criticar a prepotência e o abuso de poder dos militares. Muitos veículos chegaram a ser fechados pelo governo, como o jornal *Opinião*³.

3.5 – O governo Geisel: 1974-1979

Durante os primeiros anos da década de 1970, Médici e seus aliados conseguiram manter a hegemonia da Arena, partido que continuava apoiando o governo, durante as eleições. E era neste contexto, segundo Skidmore (1988), em que o novo presidente deveria ser escolhido. Em 1973, último ano do mandato de Médici, teve início uma campanha para que fosse eleito um candidato que representasse o regime. O escolhido foi o general Ernesto Geisel, presidente da Petrobras e ex-ministro do Superior Tribunal Militar.

Embora sem esperança, o MDB lançou seu candidato a presidência – o deputado federal Ulysses Guimarães. Em janeiro de 1974, o Colégio Eleitoral reuniu-se e elegeu Geisel por 400 a 76 votos.

Skidmore (1988) destaca que o novo presidente era o oposto de Médici: Geisel era conhecido por sua personalidade fechada e figura pouco cordial. Uma de suas primeiras ações foi o rebaixamento da Aerp, órgão governamental responsável pela popular imagem do antecessor de Geisel. Segundo o mesmo autor, Geisel e seus aliados tinham alguns desafios a cumprir. O primeiro era manter o apoio majoritário dos militares, conquistando, sobretudo, a parceria da linha dura, formada pelos integrantes mais rígidos dentre os militares. O segundo era continuar a caça

³ De acordo com a jornalista Célia de Gouveia Franco, o jornal *Opinião* foi o que mais sofreu censura por parte dos ditadores militares durante os anos 1960. A publicação acabou em 1977, quando seu criador, o ex-deputado federal Fernando Gasparin, decidiu que não era mais possível agüentar as pressões da censura.
FONTE: *Folha de S.Paulo*, 30/03/97.

aos subversivos. A terceira meta retoma um ideal de Castello Branco – o retorno à democracia, o que gerou especulações entre adversários políticos, Igreja, MDB e imprensa. A última, por sua vez, era manter os altos índices de crescimento do País.

Skidmore (1988) ressalta que a imprensa, sobretudo a internacional, era bastante favorável ao novo presidente brasileiro. As inimizades surgiram dentro do Brasil. Devido à meta de liberalização, Geisel e seu mais fiel aliado, o chefe do gabinete civil da presidência, Golbery do Couto e Silva, foram levados a um confronto com os torturadores e com o SNI. No entanto, conta o autor, o presidente não cedeu e, ainda durante os seis primeiros meses de mandato, ordenou uma campanha a favor da diminuição das ações do Departamento de Operações de Informações-Centro de Operações de Defesa Interna (DOI-Codi), o órgão de inteligência e repressão durante o regime autoritário. Ainda assim, os linhas-duras utilizavam a repressão de forma bastante contundente. O autor ilustra a força do aparelho repressivo ao citar a prisão e a tortura do jornalista Carlos Garcia, chefe da sucursal de *O Estado de S. Paulo* em Recife, apenas para criar mais um inimigo para o governo Geisel – já que o jornal paulista era um dos mais ferrenhos críticos do regime autoritário.

Ainda nos primeiros meses do governo Geisel, os militares da linha-dura pareciam dominar o cenário brasileiro. Skidmore (1988) destaca que a censura aos principais veículos de comunicação do Brasil continuou de maneira incisiva e violenta. A revista *Veja*, por exemplo, foi uma das publicações que mais sofreu repressão nesta época, por dar destaque a reportagens com alto teor crítico contra a ditadura.

Para controlar a pressão, o presidente decidiu, conforme lembra Codato (2005), que haveria a volta da democratização e que esta volta seria “lenta, gradual e segura” – lema este conhecido até hoje por representar o estilo do governo Geisel.

O mesmo autor ressalta que o declínio do regime militar talvez tenha começado com as eleições parlamentares de outubro de 1974, que representam o início da conquista de algum poder pelo MDB. Skidmore (1988) lembra que as eleições para governadores, indiretas desde o governo Médici, foram vencidas facilmente pela Arena. Todavia, para a escolha direta dos representantes do Congresso, a Arena se manteve exageradamente confiante, chegando a conceder espaço na televisão para partidários do MDB, o que motivou ainda mais a oposição. O resultado das eleições foi surpreendente: o MDB quase dobrou sua representação na Câmara e no Senado.

3.5.1 – O relaxamento da censura à imprensa e o fim do AI-5

Em janeiro de 1975, o presidente decidiu abolir a censura em *O Estado de S. Paulo*, colocando fim a uma guerra com a família Mesquita, dona do veículo. Skidmore (1988) enfatiza que nenhuma das outras publicações sujeitas à censura (*Veja*, *Pasquim*, *Opinião*, *Tribuna da Imprensa*) foi retirada da lista da repressão à imprensa nacional. O autor afirma que, nesta época, a *Folha de S. Paulo*, geralmente a favor do governo, emergiu “como poderosa voz da oposição”, (Skidmore, 1988, p. 341).

É possível observar na charge a seguir que a *Folha*, já consolidada como uma dos principais jornais brasileiros, adotou uma postura mais crítica e se tornou o maior espaço para a discussão pública das necessidades políticas, econômicas e sociais do Brasil.

A partir de 1975, quando a *Folha* adota uma postura mais crítica ao regime militar, que o público da grande imprensa passa a conhecer e conviver com grandes nomes da charge, os quais também expõem uma visão mais crítica sobre o governo. Entre os nomes que surgirão na grande mídia, destacam-se Angeli, Glauco, Luiz Gê, Paulo e Chico Caruso, entre outros.



Figura 6: Charge de X publicada na *Folha de S. Paulo* no dia 22 de junho de 1975.

Com a decisão do governo, *O Estado de S.Paulo* torna-se mais brando em suas críticas e análises à gestão de Geisel. Se *O Estado de S. Paulo* se tornara mais brando com a nova medida dos militares, outros continuavam sob censura, utilizando o espaço das charges para emitir opinião sobre o regime e suas ações. É o caso, por exemplo, da revista *Veja*.

Em meados dos anos 1970, o povo e a imprensa brasileira não acreditavam mais no compromisso do governo para com a liberalização do País. Pioravam a situação do governo, os problemas econômicos surgidos entre 1974 e 1975 com a crise mundial do petróleo. O Brasil precisou gastar quantias enormes para suprir suas necessidades energéticas de combustíveis. Resultado: “*Somente em 1974 o país quase duplicou sua dívida externa líquida, de US\$6,2 bilhões para US\$ 11,9 bilhões*”, (Skidmore, 1988, p. 353).

Tão difícil quanto controlar as questões econômicas era minimizar as vozes da sociedade. A situação culminou, no final de 1975, com a morte do jornalista Vladimir Herzog no quartel do Segundo Exército em São Paulo. Em 1976, um surto de violência contra o clero brasileiro, constante crítico do governo autoritário, provou que Geisel estava longe de controlar a sociedade, além de reforçar a posição da Igreja diante dos militares. Para o autor, o aumento das vozes do clero contra o governo abriu os olhos de muitos fiéis católicos para os problemas políticos, econômicos e sociais existentes no Brasil.

O governo de Geisel, entretanto, marca a distensão gradual da censura imposta à imprensa. Segundo Soares (1989), houve, em 1972, 159 proibições de publicações jornalísticas. Em 1974, primeiro ano da gestão de Geisel, este número subiu para 162; porém, ano seguinte, caiu para 18, permanecendo assim até o fim de seu mandato.

O fim da censura ao jornal *O Estado de S.Paulo* por conta do centenário do veículo, conforme observa Soares (1989) foi uma medida ampliada, nos anos seguintes, para outros meios de comunicação. Na visão do autor, a desmoralização da linha dura foi benéfica aos veículos brasileiros. Porém, não significava que Geisel era um democrata. O autor lembra que, embora a censura estivesse proibida, o governo ainda tentava controlar publicações que pudessem denegrir sua imagem. Os pedidos chegavam às redações por meio de documentos oficiais.

A suspensão da censura aos jornais impressos culminou em 1978 com a queda do AI-5 e a concessão de anistia aos presos e exilados políticos. Os principais veículos de comunicação receberam de modo bastante favorável o fim do

Ato e se pronunciaram em suas páginas editoriais e, também, por meio de suas charges. Entre eles, destacamos a charge publicada na *Folha de S. Paulo* na data em que os jornais noticiaram a queda do AI-5.

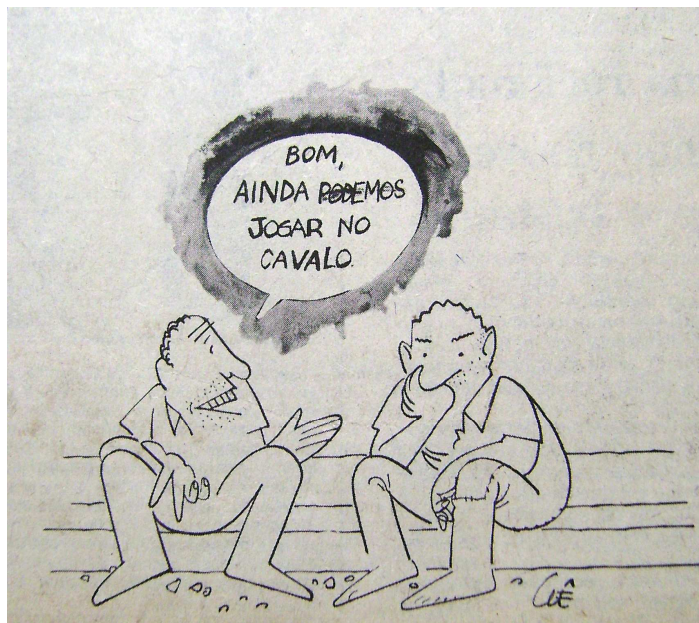


Figura 7: Charge de Luiz Gê publicada na *Folha de S. Paulo* no dia 14 de outubro de 1978.

A charge acima, de Luiz Gê, satiriza a crença mantida até então pelo povo brasileiro (de todas as classes sociais), bem como pelo grupo político do Brasil. Apesar dos protestos e dos clamores da sociedade, ninguém acreditava que o regime autoritário derrubaria, definitivamente, a censura à imprensa, até porque o presidente Geisel era conhecido por suas atitudes brandas e graduais. A lei que determinava o fim do Ato Institucional nº 5 entrou em vigor no dia 1º de janeiro de 1979.

3.5.2 – O início do declínio do regime autoritário brasileiro

Como podemos observar, no final da década de 1970, era cada vez mais evidente que o regime autoritário estava próximo do fim. Porém, de acordo com Codato (2005), o clima de mudança política vivenciado, de forma mais intensa entre os representantes do poder, e de maneira cada vez mais crescente na sociedade, não era devido às pressões populares. O autor afirma que as causas para o declínio do regime relacionavam-se, em primeiro plano, à incapacidade dos próprios militares de chegarem a um consenso sobre o futuro do País e, em segundo lugar, às manifestações sociais.

Em 1978 aconteceram as eleições para o Congresso. Desta vez, o MDB conquistou a maioria dos votos do Senado e obteve um empate técnico com a Arena na conquista do eleitorado para a Câmara dos Deputados e para as Assembleias Estaduais. Para Codato (2005), esses dados confirmam que o governo não iria assegurar uma base política sólida, o que culminaria com a dissolução dos únicos dois partidos políticos brasileiros.

Durante este período de fortalecimento da oposição, Geisel precisou escolher seu sucessor presidencial. O presidente optou não apontar Golbery, seu fiel aliado e o homem que mais demonstrava ser comprometido às estratégias do presidente, e escolheu João Batista Figueiredo, chefe do SNI. Para vice, um civil: Aureliano Chaves, engenheiro elétrico e ex-governador de Minas Gerais. Conta Skidmore (1988) que a decisão de Geisel gerou inconformismo em grande parte dos militares. O MDB decidiu lançar como candidato o general Euler Bentes Monteiro, ex-diretor da Sudene. O candidato foi apoiado pela *Folha de S.Paulo*, nesta época, principal órgão de oposição ao regime autoritário. Porém, o resultado apontou mais uma vitória da Arena: “O colégio eleitoral dominado pela ARENA elegeu Figueiredo e Aureliano em 14 de outubro de 1978 por 355 a 266”, (Skidmore, 1988, p. 395).

3.6 – O governo de João Batista Figueiredo: 1979 – 1985

De acordo com Skidmore (1988), o novo presidente militar, João Batista Figueiredo, representava uma ponte entre castelistas e linhas-duras das Forças Armadas, pois ao mesmo tempo em que demonstrava a continuidade do governo Geisel, era dono de uma personalidade afável, precisa para lidar com a sociedade e, sobretudo, com a imprensa. A principal figura continuou sendo o general Golbery, mantido no posto de chefe do gabinete civil da presidência. Segundo o autor em questão, Figueiredo adotou, também, a mesma postura de Geisel e afirmou, em seu discurso de posse, que seu compromisso era com a restauração de uma sociedade livre e democrática.

Um dos primeiros problemas enfrentados pelo último dos militares foi o crescente número de greves de trabalhadores ocorridos no Brasil, sobretudo na Grande São Paulo. O novo movimento sindical representava o processo de “reestruturação do sistema de representação dos interesses da sociedade junto ao Estado”, (Codato, 2005, p. 96). Ou seja, pela primeira vez, em muitos anos, a

população se organizava para requerer seus direitos sem sofrer violenta repressão do governo.

Na organização do novo movimento sindicalista, destaca-se a figura de Luís Inácio Lula da Silva, o principal líder dos metalúrgicos do ABC. Em 1979, Lula convocou uma greve de 160 mil operários contra a recusa do aumento salarial em 78 por cento. O governo interveio na situação, afastando Lula de seu cargo. A polícia paulista também entrou no conflito, reprimindo violentamente os grevistas. Porém, os sindicalistas não cederam e obtiveram 63 por cento de aumento salarial, além da permissão da volta de Lula e de outros líderes para seus postos. Esta foi apenas a primeira de muitas ações do movimento operário contra o governo durante o fim dos anos 1970 e meados da década de 1980.

Outro fator contrário a Figueiredo foi a crise econômica, expressa, segundo Codato (2005), pelo aumento da inflação e desequilíbrio do balanço comercial, contrariando as previsões de crescimento do País e os ótimos números apresentados até então pelos militares.

Os problemas políticos também eram temas das preocupações de Figueiredo. Um dos primeiros passos, segundo Skidmore (1988), para que o Brasil retornasse a um regime democrático era a aprovação da lei que concedia anistia política. Pressionado pela sociedade (instigada pela oposição), o presidente se viu obrigado a aprovar, em agosto de 1979, a Lei da Anistia, absolvendo presos ou exilados políticos condenados desde setembro de 1961.

Outro fato que agitou o País, no final dos anos 1970 e início dos anos 1980, foi a reformulação dos partidos políticos do Brasil. De acordo com Skidmore (1988), a Arena, temendo a força da oposição, resolveu permitir a existência de pluripartidarismo. Desta maneira, em novembro de 1979, a Arena transformou-se em Partido Democrático Social (PDS), concentrando todo o poder da situação. A maior parte do MDB formou o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB). E, como esperava o governo, formaram-se vários outros partidos: Partido Trabalhista Brasileiro (PTB); liderado por Leonel Brizola, surgiu o Partido Democrático Trabalhista (PDT); comandado por Lula, foi criado o Partido dos Trabalhadores (PT); liderado por importantes empresários, formou-se o Partido Popular (PP).

Os choques mundiais do petróleo ocorridos nos anos 1970 levaram o Brasil a uma profunda recessão econômica. O País se viu obrigado a seguir as regras de seus credores, principalmente do Fundo Monetário Internacional (FMI). Desde 1983, o FMI obrigava o Brasil a cumprir objetivos de política fiscal, monetária, cambial e

tarifária, diminuindo a taxa de expansão da base monetária, reduzindo os créditos e o déficit do setor público, realizando desvalorizações, eliminando subsídios e barrando aumentos salariais.

Os principais veículos brasileiros estavam atentos aos desdobramentos econômicos, políticos e sociais. A *Folha de S.Paulo* criticou, em suas páginas de opinião, o pluripartidarismo brasileiro, como podemos ver na charge abaixo, de Luiz Gê, na qual o chargista defende, com um humor refinado, que apenas com mágica o presidente Figueiredo conseguiria controlar tantos partidos políticos.



Figura 8: Charge de Luiz Gê publicada na *Folha de S.Paulo* em 02 de julho de 1983.

Skidmore (1988) conta que Delfim Neto, responsável pela economia do País, colecionava em sua casa todos os cartuns dos quais era tema.



Figura 9: Charge de Angeli publicada na *Folha de S.Paulo* no dia 04 de julho de 1983.

3.6.1 – As Diretas Já e a cobertura midiática

Ao mesmo tempo em que a situação econômica do Brasil se deteriorava, Figueiredo e seus apoiadores enfrentavam outro obstáculo: a luta da sociedade por eleições diretas para a presidência da República, em 1985. A campanha pelas eleições diretas ganhou vida própria e passou a ser conhecida como “Diretas Já”. Políticos importantes aderiram ao movimento, entre eles Lula, Brizola, Tancredo Neves e Ulysses Guimarães. Entre as celebridades, participaram os músicos Chico Buarque de Holanda, Fafá de Belém, Elba Ramalho, o jogador de futebol Sócrates, o narrador esportivo Oscar Santos e muitos outros. O autor enfatiza que políticos e artistas ajudaram a transformar a campanha das “Diretas Já” em verdadeiros acontecimentos culturais, organizando comícios e *shows* que juntavam milhares de pessoas.

É interessante notar o comportamento da imprensa neste período. Quando foram realizados os primeiros comícios, a televisão, em especial a TV Globo, não pautou os eventos por ordem do governo Figueiredo. Porém:

“À medida que aumentava o entusiasmo popular, as redes de televisão se deram conta de que estavam perdendo importante matéria jornalística, bem como relevante evento político. Começaram então a cobrir os comícios do princípio ao fim. Subitamente, aquele poderoso veículo, que o governo explorara tão habilmente, estava ajudando a oposição. E a liderança era da TV Globo, à qual o governo militar proporcionara a oportunidade de crescer e gerar polpudos lucros. Era uma dramática demonstração de que o prestígio do governo estava declinando”, (SKIDMORE, 1988, p. 468-469).

Os veículos impressos deram grande importância ao movimento, cobrindo os comícios diariamente. As charges produzidas durante os meses de “Diretas Já” eram favoráveis à mobilização. O *Estado de S.Paulo*, por exemplo, explorava com humor a tentativa do governo de tentar minimizar o movimento popular.

A *Folha de S.Paulo* também apoiava as “Diretas Já”, dando amplo destaque à mobilização. Os chargistas da *Folha*, entre eles, Fortuna, usaram o movimento como material de suas produções.



Figura 10: Charge de Fortuna publicada na *Folha de S. Paulo* no dia 17 de abril de 1984.

Apesar dos esforços das “Diretas Já”, a emenda Dante de Oliveira – votada em abril de 1984 e que propunha a eleição direta para presidente – não conseguiu a maioria de dois terços do apoio na Câmara, perdendo por apenas 22 votos. A análise do resultado da votação da emenda foi apresentada pela revista *Veja* de 2 de maio de 1984. O veículo ressaltava a participação do general Newton Cruz e sua tentativa de minar as manifestações das Diretas. A revista destacou, ainda, que a participação da população brasileira havia mudado o eixo da política interna.

3.6.5 – A sucessão presidencial de 1985

Paulo Maluf, ex-governador de São Paulo e deputado federal, venceu a convenção nacional do PDS e foi escolhido como candidato do partido à presidência da República. A vitória foi obtida por meio de intenso *lobby*, uma vez que o candidato fizera diversas promessas a cada delegado do partido. Skidmore (1988) ressaltava que Maluf era constantemente acusado pelo *O Estado de S. Paulo* e pela *Folha de S. Paulo* de corrupção, mas as acusações não foram provadas na época.

Para enfrentar Maluf, o PMDB escolheu Tancredo Neves, governador de Minas Gerais, definido como “um moderado à esquerda do centro”, (Skidmore, 1988, p. 482). Para vice, foi escolhido José Sarney, antigo militante da UDN e senador pelo Maranhão.

A mídia, sobretudo a Rede Globo, era claramente pró-Tancredo. Jornais, TVs e rádios faziam de Maluf uma figura sinistra.

Em 15 de janeiro de 1985, o colégio eleitoral elegeu Tancredo Neves e José Sarney para a presidência do Brasil por 480 votos a 180. A questão passou a ser, então, como os recém-eleitos iriam governar o País.

3.7 – Resumo da produção de charges no período da ditadura militar brasileira

As charges brasileiras se adaptaram aos diversos momentos políticos durante os 21 anos de ditadura militar. Pode-se dizer que progrediram com as mudanças do regime, e souberam se adequar a cada período. A censura de charges, por vezes até mesmo mais severas que de matérias jornalísticas propriamente ditas, deu à charge a dimensão da importância do papel que ela ocupa dentro do jornalismo opinativo.

A charge censurada deu ao regime censor uma imensa impopularidade, pois desta maneira ficava evidente a opinião proibida e a expressão interrompida. E, aproveitando essa atenção que a censura promovia, os chargistas tiveram de se articular melhor para driblar a frequentemente comentada obtusidade do censor e divulgar a mensagem pretendida. Essa manobra tornou a charge mais refinada e inteligente em seu humor e mensagem, consolidando o período ditatorial brasileiro como uma época áurea para o gênero em termos de criação e densidade opinativa.

4. A REDEMOCRATIZAÇÃO DO BRASIL

4.1. – O governo Sarney: 1985 – 1990

Tancredo Neves foi eleito presidente do Brasil, em 1985, porém, não chegou a assumir o cargo. O presidente faleceu pouco depois de vencer as eleições. Assumiu, então, o vice-presidente, José Sarney.

De acordo com Schmidt (1997), Sarney entrou na presidência “pelos fundos”. Fora líder do PDS até os últimos momentos do governo Figueiredo, quando migrou para o PMDB, mostrando para o Brasil que havia se convertido à democracia. O detalhe, conforme salienta o autor, é que o novo partido de Sarney havia formado aliança política com o Partido da Frente Liberal (PFL) que, por sua vez, reunia diversos políticos que foram do PDS, e todos eles passaram a exigir do novo presidente cargos no novo governo.

Uma das primeiras medidas tomadas por Sarney foi a elaboração de um novo planejamento econômico, o Plano Cruzado, em fevereiro de 1986, que instituiu uma nova moeda, o Cruzado, e instaurou o congelamento geral de preços e de salários. A principal consequência da nova medida foi a brusca diminuição da inflação – um dos grandes problemas enfrentados pelo País nos anos 1980. Com isso, o novo presidente “caiu nas graças” da população brasileira. Nas eleições de 1986 para governadores e para o Senado, o PMDB conquistou maioria esmagadora dos votos. Apenas o Estado de Sergipe não elegeu um representante peemedebista; no Senado, o partido obteve 78% de representação.

Após as eleições, Sarney anunciou o Plano Cruzado II, que descongelava os preços. Na realidade, o plano anterior estava condenado.

“O governo não diminuía os gastos públicos e portanto precisava emitir para pagar as contas. Além disso, as grandes empresas de comércio escondiam os produtos das prateleiras. Começou a faltar tudo. Bem, não era exatamente uma falta. Bastava pagar o ágio (uma grana por fora, além do preço tabelado) que a mercadoria aparecia atrás do balcão”, (SCHMIDT, 1997, p. 362).

Com o descongelamento dos preços, a inflação voltou a assombrar o Brasil. O então Ministro da Fazenda, Dílson Funaro, pediu demissão. Assumiu o cargo o economista Bresser Pereira, que lançou, em abril de 1987, o Plano Bresser, o qual implantou um minicongelamento de preços por três meses e cancelou grandes obras públicas. Também foi mantida a moratória da dívida externa, isto é, o Brasil só iria pagar suas dívidas aos credores internacionais quando pudesse.

O Plano Bresser teve pouco sucesso. A inflação alcançou, em 1987, o índice de 366%. É fácil perceber que a população revoltou-se com todas as frustradas medidas econômicas e a imprensa não deixou de criticá-las. A *Folha de S. Paulo* e o *Estado de S. Paulo* faziam duras críticas ao presidente em suas páginas opinativas. Como podemos observar nos exemplos a seguir, os chargistas também encontravam na gestão Sarney muito material para suas críticas. A diferença era que se viviam tempos de democracia. De acordo com Pieranti (2007,) a nova Constituição Federal, promulgada em 1988, é bastante clara ao afirmar em seu artigo 220 “que é vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística”, (Pieranti, 2007, p.2). Deste modo, os chargistas gozavam de mais liberdade em suas charges e caricaturas. As críticas eram, por vezes, mais diretas e claras.

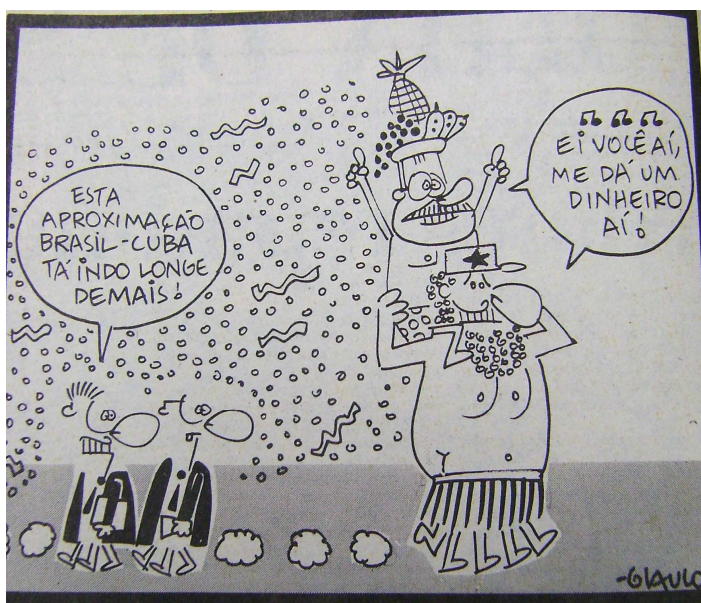


Figura 11: Charge de Glauco publicada na *Folha de S. Paulo* no dia 03 de fevereiro de 1985.

A charge acima é um exemplo da visão do chargista sobre a política externa do Brasil comandada por Sarney. Percebe-se que a *Folha*, em seus editoriais, era contra a aproximação do país ao governo cubano e ao presidente Fidel Castro, com que o Brasil não tinha relações desde 1964.

4.2 – O governo Collor: 1989 – 1992

Diante do desastroso governo Sarney, políticos, empresários e o próprio povo estavam ansiosos para escolher um novo representante. Era a primeira vez que, em quase 30 anos, os brasileiros votariam para presidente. As pesquisas iniciais apontavam como favoritos os nomes de Brizola, do PDT, e de Lula, do PT. Porém,

uma outra figura emergiu na campanha presidencial: o então quase desconhecido político alagoano Fernando Collor de Mello.

Schmidt (1997) conta que Collor pertence a uma tradicional família de políticos; seu avô fora ministro de Getúlio Vargas. Já pretendendo concorrer ao cargo mais alto do Brasil, Collor passou a apoiar todas as decisões de Sarney e, assim, foi eleito governador de Alagoas. O mesmo autor ressalta que o futuro presidente do País *“bolou um excelente esquema publicitário: perseguia funcionários públicos com altos salários, os chamados marajás”*, (Schmidt, 1997, p. 369).

As grandes redes de televisão apoiavam o candidato do Partido de Reconstrução Nacional (PRN) e seu discurso demagogo. Deste modo, Collor conquistou grande parte do eleitorado. Seu mais forte adversário foi Lula, candidato da chamada “esquerda” e cuja candidatura causava grande rejeição por parte dos setores conservadores. Os veículos impressos registraram, por meio das charges, o combate entre os dois candidatos.

De acordo com a pesquisadora Olga Tavares (1998), a imprensa seguia os passos de Collor, que aproveitou a preferência da mídia em seu favor. Desta forma, o candidato acabou recebendo tratamento privilegiado de grande parte da mídia brasileira, sobretudo da Rede Globo.

Tavares (1998) lembra que a emissora carioca utilizou o maior ícone cultural brasileiro – a telenovela – para apoiar o político alagoano. A novela das 19 horas, *Que rei sou eu?*, dos autores Cassiano Gabos Mendes e Luis Carlos Fusco, baseou-se na Revolução Francesa (que em 1989 completou 200 anos) para realizar sua sátira política. Porém, na trama quem ficou com o poder do reino fictício de Avilon foi o herdeiro de fato e de direito. O falso herdeiro, um mendigo esfarrapado, provou ser um péssimo rei. Segundo a autora, *“mesmo diante da ficção, o telespectador fica à mercê da intromissão da realidade, já que está também é representada na ficção sob várias tonalidades”*, (Tavares, 1998, p. 32).

A cobertura do telejornalismo da Rede Globo também foi fundamental para o desenrolar das eleições de 1989. De acordo com Mário Conti (1999), desde 1988 os telejornais da Globo passaram a destacar todos os eventos nos quais Collor estava envolvido, ocupando o dobro de tempo dos outros dois candidatos com mais chances de ocupar a presidência da República – Lula e Leonel Brizola (PTB).

Para o autor, era evidente o favorecimento ao político alagoano. Os telejornais da Rede Globo não exibiam matérias de caráter negativo sobre Collor, ao passo que as matérias sobre Lula e Brizola eram, em sua grande maioria, de

conotação negativa aos dois candidatos, o que demonstrava a manipulação da opinião pública.

O ápice da cobertura da emissora carioca, segundo Conti (1999), foi o debate realizado dias antes do segundo turno das eleições entre Collor e Lula. O autor afirma que o debate foi manipulado pela emissora, que exibiu apenas os melhores momentos de Collor e os piores de Lula, além de afirmar que o encontro político foi mais favorável ao candidato de Alagoas.

A charge abaixo, de Spacca, (publicada exatamente um mês antes das eleições) mostra como a imprensa considerava que Collor estava muito à frente de seus concorrentes na campanha presidencial e na preferência popular.



Figura 12: Charge de Spacca publicada na *Folha de S.Paulo* no dia 16 de novembro de 1989

A campanha publicitária de Collor funcionou e o político foi empossado presidente da República em março de 1990. Assim que assumiu, o novo presidente anunciou uma série de medidas econômicas, todas sob o comando da Zélia Cardoso de Mello, ministra da Economia. Uma das primeiras resoluções foi o bloqueio das cadernetas de poupança. Além disso, foi anunciada a troca da moeda brasileira – de cruzado para cruzeiro –, o congelamento dos preços e a extinção de algumas empresas estatais, como o Instituto do Açúcar e Alcool.

Em suma, o governo Collor baseava-se na chamada linha neoliberal. O neoliberalismo, ou liberalismo clássico, é definido pelo historiador Reginaldo Moraes (2001) como uma corrente de pensamento ou ideologia que combate não apenas a

economia globalmente planejada, mas toda e qualquer medida política, econômica e social que indique concessão para reformas ou pretensões de fundar uma “terceira via” entre capitalismo e comunismo. O autor salienta que nos países latino-americanos, combate-se o modelo de governo populista, ideologias nacionalistas, desenvolvimentistas e, evidentemente, comunistas. Desta forma, o discurso neoliberal prega *“forte ação governamental contra os sindicatos e prioridade para uma política antiinflacionária monetarista (doar a quem doar) – reformas orientadas para e pelo mercado, libertando o capital dos controles civilizadores”*, (Moraes, 2001, p. 28-29).

Na visão de Sallum (2003), a gestão do novo presidente contribuiu para danificar o quadro institucional nacional-desenvolvimentista e redirecionar a sociedade brasileira em um sentido anti-estatal (privatizante) e internacionalizante (abertura de mercados). O autor lembra ainda que nesta mesma época deu-se início à política de integração regional com os países da fronteira Sul, instituindo-se o Mercosul, cujo objetivo era ampliar o mercado para os produtos domésticos de seus participantes (Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai).

A imprensa brasileira criticou duramente as ações de Collor e de Zélia Cardoso de Mello. Os comentários mais recorrentes nos editoriais de jornais e revistas relacionavam-se à posição neoliberal adotada pelo governo.

4.2.1 – O caso PC Farias

O posicionamento econômico neoliberal não foi o único problema do governo Collor. O presidente foi apontado como principal parceiro de Paulo César Farias em um gigantesco esquema de corrupção.

Paulo César Farias era um dos grandes empresários do Estado de Alagoas. Schmidt (1997) conta que PC despontou para política em 1984, apoiando a candidatura de Sarney. Durante a campanha de Collor nas eleições para governador, o empresário fora o responsável por conseguir patrocínio junto aos usineiros alagoanos.

Quando Collor assumiu a presidência da República, fez de PC Farias um de seus principais parceiros políticos. Não demorou muito tempo para que surgissem diversas especulações e denúncias sobre a dupla Collor-PC. Sallum (2003) destaca que Fernando Collor foi acusado de ser o chefe oculto de um esquema governamental de corrupção. O irmão do presidente, Pedro Collor de Mello, concedeu, em 23 de maio de 1992, uma entrevista à *Veja*, na qual denunciou o

esquema PC Farias. Segundo Pedro, tratava-se de um esquema de corrupção no qual “os empresários que quisessem favores do governo deveriam dar uma contribuição por fora. Dinheiro que ia para o bolso de Collor via PC”, (Schmidt, 1997, p. 375).

Diante da pressão da imprensa, instaurou-se, então, uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para investigar as denúncias contra o presidente. Uma das principais evidências sobre o esquema PC Farias foi a entrevista concedida por Eriberto Freire, motorista da secretária de Collor, para a revista *IstoÉ* de junho de 1992. Nela, o motorista revela que ele era incumbido de depositar o dinheiro da propina do esquema com cheques fantasmas, ou seja, em contas abertas em nome de pessoas inexistentes. Ciente das contundentes provas contra o presidente, a população mobilizou-se negativamente contra Collor. Milhares de estudantes saíram às ruas, de caras pintadas, pedindo o *impeachment* de Collor.

Collor foi investigado e processado pelo Congresso. O presidente renunciou ao cargo para escapar do *impeachment*. Sallum (2003) analisa a gestão Collor:

“Suas ações acirraram a crise política. Em vez de dar às forças políticas em disputa os meios para resolver de forma negociada seus próprios impasses, ele tentou impor-lhes uma solução alternativa “de cima para baixo”. Tentou restaurar de forma autocrática a estabilidade da moeda com base das relações de troca e da autoridade do Estado sobre o mercado em uma sociedade que, embora mal alinhavada politicamente, já havia avançado muito no caminho da democratização”, (SALLUM, 2003, p. 378).

Após as denúncias de corrupção em seu governo, Collor procurou o apoio da mídia para se defender das acusações e clamou ao povo brasileiro que saísse às ruas vestido de verde e amarelo em um protesto contra as inculpações. Conti (1999) ressalta que, embora alguns ramos empresariais tenham demonstrado apoio ao presidente, a população teve uma reação inversa. Jovens estudantes liderados pela União Nacional dos Estudantes manifestaram-se publicamente, com os rostos pintados de verde e amarelo, exigindo o afastamento de Collor. O movimento, denominado “caras pintadas”, recebeu ampla cobertura da imprensa brasileira. Na visão do autor, o evento foi de extrema importância para o *impeachment* de Collor, o qual ocorreu em 29 de setembro de 1992. A votação para o banimento de Collor da Presidência da República foi transmitida para todo o Brasil pelos meios de comunicação.

4.2.3 – Os chargistas e o caso PC Farias

O início dos anos 1990 foi bastante rico em temas para a produção de charges devido aos escândalos do Governo Collor apresentados nos tópicos anteriores. A diferença é que, desta vez, não havia mais censura e os chargistas encontraram muito mais liberdade para traçarem suas críticas ao governo.

Chico Caruso, um dos principais chargistas de *O Globo* e de *Veja* durante este período, revelou em uma entrevista concedida à revista *Manchete*, em setembro de 1992, que não tinha a intenção de combater Collor, mas sim, tinha a obrigação de ser o porta-voz do povo brasileiro. O chargista Ique, grande colaborador do *Jornal do Brasil*, também revela na mesma reportagem da *Manchete*, que compartilha da opinião de Caruso.



Figura 13: Charge de Ique. Fonte: Revista *Manchete*, 19 de setembro de 1992.

O chargista Lan, do *Jornal do Brasil* e colaborador de *O Estado de S.Paulo*, afirmou na mesma entrevista que fazer humor a partir de um triste cenário político não era simples e, por isso, as linhas de suas charges da época eram amargas.

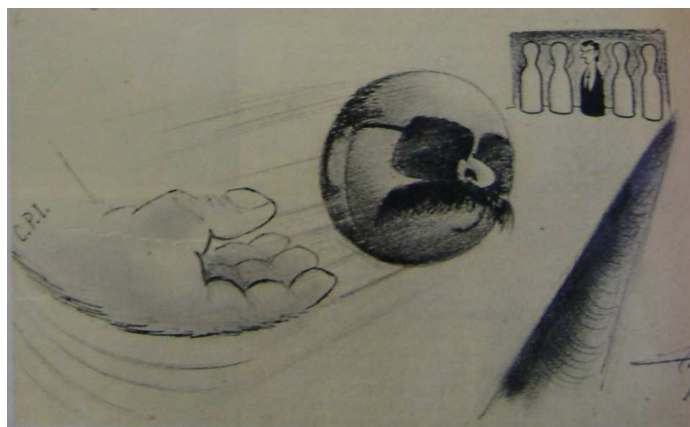


Figura 14: Charge de Lan. Fonte: Revista *Manchete*, 19 de setembro de 1992.

4.3 – O governo Itamar Franco: 1992-1994

Com a saída de Collor, coube ao vice-presidente Itamar Franco assumir a presidência da República. O novo governante do País demonstrava ser muito mais centrado do que seu antecessor.

De acordo com Schmidt (1997), o principal nome do governo de Itamar era o do ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso (FHC), político do PSDB. Em 1992, quando assumiu o poder, o Brasil estava tomado por uma grande inflação, que chegou a atingir 1100%. O mesmo autor afirma que o cargo concedido a FHC foi crucial para a gestão de Itamar Franco, para a economia e história do País dos anos 1990. Baseado na idealização do economista Edmar Bacha, o ministro da Fazenda criou, em 1994, o Plano Real.

Conforme consta na Legislação Brasileira, o Plano Real foi iniciado oficialmente em 27 de fevereiro de 1994, por meio da Medida Provisória nº 434, com o objetivo de estabilizar a economia do País. Segundo Fiuza (2006), o desenvolvimento do projeto, a elaboração das medidas para combater a hiperinflação e a execução de propostas econômicas e monetárias contaram com a contribuição, sobretudo, de FHC. O mesmo autor destaca que Fernando Henrique Cardoso, por meio do Plano Real, estabeleceu várias normas que resultaram na “salvação” econômica do Brasil: fixou regras de conversão e uso de valores monetários, desindexou a economia (ou seja, aplicou a anualização do ajuste e reajuste de preços, que passariam a seguir a planilha de custos de produção) e lançou uma nova moeda – o Real. Schmidt (1997) ressalta que, de imediato, os novos rumos econômicos desenvolvidos no governo Itamar Franco conseguiram

minar a inflação – em 1995, o índice reduziu-se à apenas 3% –, além de potencializar o poder de compra da população brasileira.

A imprensa brasileira cobriu, de muito perto, todas as ações de Fernando Henrique Cardoso e seu produto econômico-financeiro. A criação do Plano Real foi recebida com otimismo por parte dos jornalistas de economia. Joelmir Beting (2000), por exemplo, assinalou a importância da resolução econômica do governo Itamar Franco, lembrando as desastrosas reformas monetárias realizadas no Brasil desde 1965 até o final do governo Collor.

4.4 – O governo Fernando Henrique Cardoso: 1994 – 2002

4.4.1 – O primeiro mandato de FHC (1994 – 1998)

O resultado inicial do Plano Real foi positivo para a campanha eleitoral de 1994. O PSDB lançou como candidato à presidência da República o criador do projeto econômico, Fernando Henrique Cardoso. Seu adversário direto era Lula, porém, a votação não chegou a ir para o segundo turno. FHC venceu o petista e os demais concorrentes sem maiores dificuldades e contanto com o apoio da Rede Globo. A estabilidade econômica gerada pelo Plano Real concedeu a aprovação, por parte da população brasileira e da imprensa, dos primeiros anos do governo Fernando Henrique. Porém, como veremos a seguir, a gestão de presidente tucano foi se transformando em alvo de críticas, devido a diversas posturas também neoliberais e de condução político-partidária defendidas por FHC.

Conforme contam Bortoni e Moura (2002), uma das primeiras medidas de Fernando Henrique foi a aprovação de uma emenda constitucional que passou a permitir a reeleição para cargos do poder Executivo, pensando, assim, em sua reeleição na campanha de 1998. As autoras lembram que, anos depois, o presidente fora acusado de comprar votos de parlamentares para a aprovação da emenda que, claramente, o beneficiava.

Um dos pontos mais criticados pelo jornalismo opinativo brasileiro durante o governo FHC foi a privatização de empresas estatais, sobretudo da Vale do Rio Doce⁴ em 1997. Na visão de Schmidt (1997), Fernando Henrique deu continuidade ao plano de privatização das empresas iniciado por Collor. O autor lembra que,

⁴ Atualmente, a Vale S.A. é a segunda maior mineradora do mundo. A empresa foi criada em 1942, no governo Getúlio Vargas, como uma empresa estatal, com o nome de Companhia Vale do Rio Doce.

ainda no primeiro mandato do presidente, foram privatizadas algumas das principais rodovias do País – como a Presidente Dutra – e grande parte dos bancos estatais.

Em 2001, Fernando Henrique escreveu um artigo (publicado na *Revista Brasileira de Política Internacional*) no qual defende que as privatizações foram necessárias para corrigir erros administrativos causados por anos de governo autoritário.

“Estamos redesenhando a administração pública para livrá-la de distorções seculares, para torná-la mais transparente e, portanto, mais forte e mais capaz de implementar políticas públicas. A privatização foi parte desse processo, mas estamos indo muito além. Estabelecemos novos instrumentos para proteger o interesse público, tais como agências regulatórias, fundos de ciência e tecnologia, um novo modelo de gestão pública e planejamento, descentralização de recursos e de processos decisórios, uma crescente participação da sociedade civil nas políticas de governo, maior acesso à tecnologia da informação”, (CARDOSO, 2001, p.23).

Grande parte da imprensa, porém, não deixou de criticar a política de privatizações do governo FHC. A *Folha de S.Paulo*, por exemplo, criticava, em suas páginas opinativas não apenas as decisões do presidente, mas o modo como eram tomadas – por meio de suspeitas votações no Congresso, as quais, posteriormente, como citam Bortoni e Moura (2002), foram apontadas como ilegais, uma vez que Fernando Henrique fora acusado de comprar votos dos parlamentares.

Em maio de 1997, o jornal em questão publicou uma matéria, assinada pelo jornalista Fernando Rodrigues, na qual revela que o então deputado Ronivon Santiago afirma que ele e mais quatro deputados receberam 200 mil reais para votarem a favor da emenda da reeleição do Executivo. O chargista Angeli mantém em sua página na Internet uma coletânea de charges publicadas na *Folha* sobre a gestão FHC. As produções de Angeli ilustram a opinião e os fatos apresentados pela *Folha*, como podemos observar no caso abaixo:



Figura 15: Charge de Angeli publicada na *Folha de S.Paulo* no dia 30 de abril de 1997



Figura 16: Charge de Angeli publicada na *Folha de S.Paulo* no dia 28 de outubro de 1997.

Em 1998, deu-se início à campanha eleitoral para a Presidência da República e Fernando Henrique Cardoso lançou-se candidato à reeleição. Conforme Couto e Abrucio (2003), a campanha situacionista pregava que, em tempos difíceis, era arriscado trocar o “certo” (ou seja, o próprio presidente, já acostumado a lidar com as crises as quais o Brasil enfrentava) pelo “duvidoso” – o oponente de FHC, o insistente Luiz Inácio Lula da Silva. Na visão dos autores, o argumento de FHC foi eficaz: o presidente foi reeleito no primeiro turno.

4.4.2 – O segundo mandato FHC (1999 – 2002)

Ao final do segundo mandato de Fernando Henrique Cardoso, em 2002, é possível perceber o aumento da dívida externa do Brasil. De acordo com a economista Aumara Feu (2002), o valor da dívida pública do País aumentou de R\$ 60 bilhões, em 1994, para R\$ 245 bilhões em 2002.

Para Racy (2005), o grande aumento da dívida externa do país, a partir de 1998, pode ser explicado por muitas ações de FHC em seus primeiros anos na Presidência da República, destacando que, entre 1994 e 1998, houve um crescente desequilíbrio externo devido à sobrevalorização cambial, além de uma grave crise fiscal, com déficit primário do setor público.

Diante deste cenário econômico, Fernando Henrique nomeou Armínio Fraga para a presidência do Banco Central (Bacen). Racy (2005) enfatiza que Fraga *“elevou as taxas de juros e iniciou estudos para adotar o regime de metas de inflação. E, com aval para negociar com o FMI, flexibilizou o câmbio”*, (Racy, 2005, p. 182).

O mesmo autor também aponta outros fatos para o fracasso da política econômica de FHC: o fraco desempenho do comércio externo e a queda de consumo da população brasileira.

Couto e Abrucio (2003) acreditam que a crise energética sofrida pelo Brasil em 2001 contribuiu para o declínio do prestígio de Fernando Henrique Cardoso (e, posteriormente, para o aumento da popularidade do Partido dos Trabalhadores). Os autores explicam que o caos de energia, também conhecido como “apagão”, prejudicou o fornecimento de energia elétrica, isto é, faltava energia frequentemente em muitos pontos do país.

Segundo os autores citados, o “apagão” atingiu um dos pontos até então considerados eficazes do governo FHC – a eficiência técnica. Para Couto e Abrucio (2003), dois fatores justificam a crise de energia. O primeiro deles é resultado dos erros do modo de regulação, uma vez que, no setor elétrico, *“a regulação foi instituída depois de várias empresas já terem sido vendidas para o setor privado”*, (Couto e Abrucio, 2003. p. 286). A falha na regulação do segmento de energia resultou na organização e na manutenção de uma fraca agência reguladora, constituída, sobretudo, pelo Ministério de Minas e Energia.

O segundo fator, conforme atentam os mesmos autores, se deu pela dificuldade de Fernando Henrique Cardoso escolher um político capaz de comandar

o governo a partir da Casa Civil, agravado por conflitos entre ministérios com diferentes visões sobre o posicionamento de gestão das ações governamentais.

Conforme afirma Cruz (2007), durante os oito anos em que ocupou o cargo de Presidente da República, Fernando Henrique Cardoso utilizou o combate à inflação como sua principal plataforma política, aproveitando-se do governo neoliberal instaurado no Brasil logo após a redemocratização do país. Segundo o autor, a queda dos índices inflacionários, de fato, proporcionou uma melhoria na qualidade de vida dos brasileiros, especialmente das classes mais baixas.

Simultaneamente, na visão do mesmo autor, a elevação dos juros – que garantiam o desempenho satisfatório da economia – e os rigorosos sistemas de ajuste fiscal impostos pelos órgãos de ajuda financeira, sobretudo pelo Fundo Monetário Internacional (FMI), estão entre as razões pelas quais muitos setores da economia brasileira estavam insatisfeitos com o governo FHC. Somam-se a esses fatos o aumento do desemprego e suas consequências para a população.

As eleições presidenciais de 2002 ocorreram nesse cenário de desconforto com a economia do país. Cruz (2007) lembra que, naquele momento, havia dois fortes nomes concorrendo ao cargo: José Serra, candidato do Partido Socialista Democrático Brasileiro (PSDB), apoiado por FHC, e Luiz Inácio Lula da Silva, pelo Partido dos Trabalhadores (PT).

Rubim (2003) enfatiza que Lula, em seu papel de oposição ao então atual governo, atacou os problemas socioeconômicos gerados na gestão de Fernando Henrique, prometendo aos eleitores mudanças sociais e econômicas, como a criação de empregos, investimentos em saúde e educação, melhorias na segurança pública.

A plataforma de campanha do candidato do PT foi preparada pela propaganda política aplicada pela equipe de *marketing*, comandada pelo publicitário Duda Mendonça. Rubim (2003) cita a pesquisa realizada por Mauro Porto para comprovar que, durante a disputa presidencial, Lula utilizou um tom suave (ao contrário do comportamento agressivo das tentativas nas eleições passadas); ainda de acordo com a pesquisa, o candidato do PT foi o que menos utilizou propaganda negativa e o que mais usou *jingles* e outros recursos musicais na campanha eleitoral em questão.

Sobre o comportamento da mídia, Rubim (2003) observa que houve uma restrição sobre os temas abordados, de modo que todos os candidatos defenderam, principalmente, posições e ideias sobre combate ao desemprego e evolução da

segurança pública. No entanto, comenta o autor citado, o diferencial de Lula foi a mudança de sua própria imagem – trabalhada por Duda Mendonça –, a qual fora bastante destacada pela mídia.

“A conversão da política do Partido dos Trabalhadores e da imagem de Lula foi, em verdade, um processo longamente vivenciado, formulado e construído, em termos políticos e de mídia, nos últimos anos pelas experiências políticas e administrativas do partido e pela liderança hegemônica do PT”, (RUBIM, 2003, p. 10).

Rubim (2003) salienta que a transformação de Lula e do PT adquiriu relevância e visibilidade, construindo a imagem pública de um Lula “negociador”. Bem consolidada, a nova faceta do candidato petista obscureceu, segundo o autor, os pontos criticados por seus adversários (falta de experiência em grandes cargos e do diploma de ensino superior), ao mesmo tempo em que fora apresentada como a solução para os principais problemas sociais e econômicos do Brasil.

Desta forma, Lula venceu as eleições para a Presidência da República, derrotando Serra. Rubim (2003) lembra que, em sua edição de 1º de janeiro de 2002, a *Folha de S.Paulo* publicou a reportagem “ABC do negociador”, cujo subtítulo era “Como líder sindical em São Bernardo do Campo (SP), Lula já exibia o perfil conciliador que ensaiava levar para o Planalto”.

As charges da época também destacam o novo comportamento do político petista. A esperança maior era das classes menos favorecidas da população brasileira, que esperavam melhores condições de vida prometidas por Lula.



Figura 17: Charge de Angeli publicada na *Folha de S.Paulo* no dia 01 de janeiro de 2002.

Conforme atesta Cruz (2007), é a insatisfação com o governo FHC que leva Lula ao Palácio do Planalto, como veremos no próximo tópico.

4.5 – O governo Lula: 2003 - 2010

4.5.1 – O primeiro mandato do governo Lula (2003 – 2006)

Luis Inácio “Lula” da Silva assumiu a presidência da República em 1º de janeiro de 2003. Nas palavras de Cruz (2007), Lula é dono de uma trajetória *hollywoodiana*⁵: nasceu no sertão de Pernambuco, migrou para São Paulo, não cursou o Ensino Superior, foi metalúrgico e um dos principais líderes sindicais do país, fundou o Partido dos Trabalhadores (PT) e chegou ao cargo mais importante da Brasil com *status* de herói.

Cruz (2007) compartilha a mesma visão de Rubim (2003) ao afirmar que “*com Lula, ganha destaque o campo da comunicação, que foi decisivo no pleito de 2002, com ênfase nas ferramentas de marketing e publicidade, amplamente utilizadas pelos candidatos*”, (Cruz, 2007, p. 3).

No entanto, o autor em questão não nega a importância da escolha da população brasileira para o mais alto cargo do país. Citando a psicanalista e escritora Betty Millan (2003), o autor defende que a eleição de Lula, por si só e independente do que ele legaria ao Brasil, já representa um grande passo na história do país, uma vez que dissolve o complexo de inferioridade do povo brasileiro.

Apesar das expectativas, Paulani (2003) salienta que, ao chegar ao poder, Lula resolveu, em um primeiro momento e por exigência do mercado internacional, não ousar com medidas radicais ou “socialistas” no que tangia à economia brasileira. Para dar prosseguimento às ações já iniciadas por Fernando Henrique, o novo presidente nomeou o deputado federal pelo PSDB de Goiás, Henrique Meirelles, para a presidência do Banco Central. Nas palavras da autora, o governo do líder petista daria continuidade “*à política monetária contracionista, ao juro real elevado, ao ajuste fiscal duro*” (Paulani, 2003, p. 61). Outro nome forte que surgiu com Lula, segundo a mesma autora, foi o do médico sanitário e ex-prefeito de Ribeirão Preto (SP), Antonio Palocci, que assumiu o Ministério da Fazenda.

⁵ Em 1º de janeiro de 2010, foi lançado o filme *Lula, o filho do Brasil*, dirigido pelo cineasta Fábio Barreto.

De acordo com o Carneiro (2006), a política de desenvolvimento ganha mais atenção nos primeiros anos de governo Lula. *“Esta nova feição caracteriza-se pela instauração da política industrial, tecnológica e de comércio exterior, assim como pela criação e ampliação de alguns instrumentos de financiamento, como crédito consignado e crédito dirigido”*, (Carneiro, 2006, p. 241-242).

Apesar dos investimentos, o mesmo autor reitera que, entre 2003 e 2005, o período caracterizou-se por um crescimento econômico instável e de baixo dinamismo. O comportamento da economia, segundo ele, é caracterizado pela taxa média de crescimento do Brasil (isto é, pelo Produto Interno Bruto, o PIB), que, no período referido, foi de apenas 2,6%.

Entretanto, embora o PIB não tenha apresentado índices animadores, Lula e sua equipe econômica puderam comemorar, nos primeiros anos do petista no poder, o aumento do consumo das famílias brasileiras, explicado por três fatores: aumento do salário mínimo, o qual, conforme cita Cintra (2006), passou de R\$ 200 para R\$ 415; a diminuição da taxa de desemprego, segundo Farhi (2006); e pela conseqüente maior concessão de créditos aos brasileiros.

Lula também se destacou, em seus primeiros anos de governo, pelas iniciativas no âmbito internacional, inscrevendo-se com um perfil de estadista junto a outros países. De acordo com Almeida (2004), a política externa do governo Lula é a vertente de seu programa que mais reflete as posições tradicionais do Partido dos Trabalhadores. Para o autor, ainda que as inúmeras viagens do presidente sejam criticadas pela oposição governamental e pela mídia, *“a maior parte das novas iniciativas se situa na vertente das negociações comerciais e na busca de uma ativa coordenação política com atores relevantes da política mundial”*, (Almeida, 2004, p. 162-163).

O autor em questão reitera que a diplomacia do governo Lula é mais enfática no que diz respeito aos interesses nacionais e à defesa da soberania da nação do que a vigente durante a gestão de Fernando Henrique Cardoso. Segundo ele, o presidente petista concentrou esforços especiais nos processos de integração da América do Sul e do Mercado Comum do Sul (Mercosul).

Almeida (2004) resume a política externa de Lula:

“Sem dúvida alguma, do ponto de vista da forma, a diplomacia do governo Lula ostenta um ativismo exemplar, representado por um intenso programa de diplomacia presidencial (...), complementado por um ainda mais ativo circuito de contatos, encontros, viagens de trabalho e conversações a cargo do chanceler e, de maneira algo inédita para os padrões do Itamaraty, do

próprio Secretário-Geral das Relações Exteriores, funcionário normalmente (e tradicionalmente) dedicado às lides administrativas e aos assuntos de “economia doméstica” da Casa. Tanto o ministro Celso Amorim, como seu principal auxiliar, embaixador Samuel Pinheiro Guimarães, têm conduzido uma das fases mais dinâmicas da diplomacia brasileira em qualquer época histórica. São obviamente divergentes muitas das análises e avaliações que se fazem sobre o mérito relativo de cada uma das iniciativas tomadas por esses responsáveis (assim como pela própria assessoria presidencial), sobre a orientação geral imprimida à política externa, assim como sobre o desempenho efetivo dessa diplomacia inovadora em termos de aumento do “bem-estar” nacional ou do prestígio internacional do País, mas não se pode deixar de reconhecer seu caráter dinâmico e ‘multi-presencial’”, (ALMEIDA, 2004, p. 164-165).

Na realidade, conforme afirma Paulani (2003), a sociedade e a mídia estavam receosas diante dos primeiros meses de Lula no poder. De acordo com a autora, muitos deles temiam que o político petista abandonasse o perfil esquerdista de seu partido, tornando-se, assim, semelhante a Fernando Henrique Cardoso.

Lula abandonou a figura de líder esquerdista adotada nos anos 1980. Embora o Partido dos Trabalhadores (PT) ainda seja considerado um partido de esquerda, o presidente Lula tornou-se uma figura diplomática no tratamento do cenário político. Economicamente e socialmente, o governo Lula optou por demonstrar resultados à população brasileira a curto prazo, como os diversos projetos sociais implantados em sua gestão. É o que veremos a seguir.

4.5.1.1 – Os projetos sociais do primeiro mandato do Governo Lula

Cruz (2007) ressalta que, uma vez encerrada a disputa eleitoral, era chegada a hora de Lula assumir o poder personificando a mudança – seu mote de campanha. Assim, Lula e o PT lançam, a partir de sua chegada ao poder, alguns projetos que trazem em sua concepção a busca da transformação econômica, política e social do Brasil.

Conforme escreve Cruz (2007), um dos primeiros programas no contexto de transformação social pregado pelo novo presidente foi o chamado “Fome Zero”, que tinha como meta formar um mutirão contra a fome, uma das maiores ameaças sociais do país. Para o autor, o projeto do governo era, na realidade, uma estratégia de marketing, pois utilizara um inimigo comum (a escassez de alimentos para as classes mais baixas da população) para afirmar sua legitimidade.

Os grandes veículos de comunicação impressa do Brasil manifestaram-se, por meio de seus espaços opinativos, sobre o “Fome Zero”. Um deles foi a revista

Veja, que em sua edição de 2 de março de 2003, publicou, em seu editorial, a charge abaixo, assinada por Angeli.



Figura 18: Charge de Angeli publicada na revista *Veja* em 02 de março de 2003.

Como cita Cruz (2007), a charge, por meio de seu humor, critica um grave problema social do Brasil – a fome. Embora se trate de uma antiga questão do país, a crítica feita pelo chargista é temporal, isto é, relaciona-se com o lançamento do programa “Fome Zero”.

Em 2003, o governo Lula anunciou mais um programa de fundamento social, o “Bolsa Família”. O projeto, segundo Freitas (2007), prevê a transferência direta de renda para beneficiar famílias das classes mais baixas da população brasileira (de renda mensal, por pessoa, entre R\$ 60 e R\$120). O programa incorporou, posteriormente, o Fome Zero.

Para Freitas (2007), o Bolsa Família era uma tentativa de acabar com as críticas de que o governo, desde a era FHC, pouco realizava em prol das sociedades mais carentes do Brasil. A autora ressalta que a implantação do programa trouxe melhorias na condição de vida em famílias de todas as regiões do País. Todavia, na visão da autora, trata-se de um projeto superficial, uma vez que sequer considera como parâmetro do benefício o valor do salário mínimo.

Outro programa de destaque implantado ainda no primeiro mandato de Lula é o Prouni – Programa Universidade Para Todos – cujo objetivo, de acordo com Carvalho (2006) é conceder bolsas de estudo integrais e parciais para estudantes de ensino superior em troca de isenção fiscal. Trata-se de uma ação estatal de grande

prioridade articulada à operação da política fiscal, concedendo direito de renúncia fiscal às Instituições de Ensino Superior Privadas (IES).

Carvalho (2006) lembra que, entre 1998 e 2002, segundo dados do Instituto Nacional de Pesquisas Educacionais (Inep), houve uma excessiva criação de números de vagas em instituições particulares de ensino superior, gerando uma incerteza no setor. A autora cita que o Programa de Financiamento Estudantil (Fies) tornou-se, neste período, incapaz de reverter a situação e suprir as vagas ociosas nas faculdades não públicas.

Deste modo, o Prouni *“surge com o discurso de justiça social, tendo como público alvo os estudantes carentes, cujos critérios de elegibilidade são a renda per capita familiar e o estudo em escolas públicas ou particulares na condição de bolsista”*, (Carvalho, 2006, p. 985). Por isso, Carvalho (2006) enfatiza que o projeto obteve grande aceitação da parte da sociedade que se enquadra nos critérios de elegibilidade do programa e por movimentos sociais em prol de ações afirmativas. A autora ressalta, ainda, que figuras públicas, como cantores e sindicalistas, realizaram propagandas em veículos de mídia para salientar a importância do papel democratizador do Prouni.

4.5.1.2 – A crise do “mensalão”

Até o ano de 2005, o governo Lula recebia, na maioria de suas ações, críticas positivas da mídia e de especialistas em política, sobretudo no que se referia às ações econômicas, além de manter índices muito elevados de aprovação por parte da população, de acordo com pesquisas de opinião realizadas por diversos institutos. Porém, em junho daquele ano, a denúncia de um forte esquema de corrupção abalou profundamente a confiança na gestão do presidente petista. De acordo com o advogado e ex-secretário do Planejamento e da Fazenda, Luiz Otávio Cavalcanti (2005), em 6 de junho o deputado pelo Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), Roberto Jefferson, concedeu uma entrevista ao jornal *Folha de S.Paulo* na qual afirmou que parlamentares do Partido Popular (PP) e Partido Liberal (PL), que congressistas participantes da base do governo recebiam uma “mesada” para votarem a favor de projetos de lei produzidos pelo Poder Executivo. O caso ficou conhecido como “Mensalão”.

Cavalcanti (2005) recorda que a entrevista do político petebista conduziu à descoberta de um esquema de apropriação de recursos públicos e privados. O “mensalão” agia, segundo as declarações do político do PTB, da seguinte forma:

“As agências de publicidade do empresário Marcos Valério, de Belo Horizonte, a SMPB e a DNA, concentrariam recursos decorrentes de várias fontes. Tais fontes concentrariam contratos superfaturados de empresas públicas, empréstimos feitos pelas agências de publicidade e suposta lavagem de dinheiro.

Esses recursos serviriam para cobrir dois tipos de despesas. Primeiro, financiar contribuições financeiras destinadas a parlamentares das bases aliadas ao governo, compreendendo PT, PL, PP, PTB, um parlamentar do PFL e um parlamentar do PMDB. Com essa manobra, os parlamentares votariam a favor dos projetos oriundos do governo. Segundo, financiar gastos de campanhas eleitorais”, (CVALCANTI, 2005, p. 9).

Segundo Cavalcanti (2005), toda a operação do “mensalão” era comandada pelo Partido dos Trabalhadores por meio do então ministro chefe da Casa Civil, José Dirceu. Ele afirma que teriam sido distribuídos, entre 2003 e 2004, aproximadamente R\$ 55 milhões para pouco mais de 50 beneficiários.

Na visão de Cavalcanti (2005), a crise do “mensalão” apresentou uma série de graves consequências ao governo Lula: afetou a credibilidade de José Dirceu (o principal homem do governo Lula), provocou tensões no mercado que poderiam abalar a solidez da economia brasileira, derrubou o diretório nacional do partido de Lula. Entretanto, a mais séria delas, para o autor, é a quebra da defesa intransigente da ética política pelo PT, até o episódio, uma das principais bandeiras de sua saga política e eleitoral. Desta forma, acredita o autor, diminuiu também a esperança da renovação dos costumes políticos nacionais de considerável parcela da população brasileira.

As consequências do “mensalão” para o governo Lula foi um prato cheio para a imprensa brasileira, mesmo antes de qualquer tipo de julgamento dos envolvidos e, muitas vezes, sem levar em conta o tanto que o episódio continha de exploração política da oposição, ou seja, dos partidos de centro-direita.



Figura 19: Charge de Millôr Fernandes publicada na revista *Veja*, no dia 22 de junho de 2005

Os meios de comunicação do Brasil, por meio da imprensa opinativa, denunciaram e ironizaram os escândalos relacionados ao mensalão, o que abalou a imagem de Lula e do PT. A *Veja*, perceptivelmente contra o Partido dos Trabalhadores, veiculou uma série de reportagens e charges relacionadas ao esquema de corrupção sem ouvir as vozes do PT, na grande maioria dos casos. O partido do presidente era relacionado pela revista à imagem de ladrões, ratos e outros termos pejorativos. As charges, como o exemplo acima de Millôr Fernandes, atingiam diretamente os políticos envolvidos no esquema e o próprio presidente.

4.5.2 – O segundo mandato do governo Lula (2007 – 2010)

De acordo com Neves (2008), as eleições presidenciais de 2006 apresentaram uma novidade – o fim da verticalização, regra pela qual os partidos políticos podiam formar alianças. Por este motivo, alguns não lançaram candidato próprio à presidência, como o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB).

Assim, a disputa fez-se entre dois principais candidatos: Luiz Inácio Lula da Silva, pelo Partido dos Trabalhadores (PT), que tentava a reeleição, e Geraldo Alckmin, pelo Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB, apoiado pelo grupo de FHC). Neves (2008) salienta que, apesar da desconfiança para com a esquerda brasileira do PT e das denúncias referentes ao “mensalão”, insistentemente utilizadas pela mídia e pela campanha eleitoral, as pesquisas de intenção de votos apontavam uma tranquila vitória de Lula.

Lula foi reeleito em 29 de outubro de 2006, em segundo turno, e reassumiu a Presidência da República no dia 1º de janeiro de 2007. Na visão de Neves (2008), a

estabilidade da política econômica do presidente petista foi a maior responsável por determinar a vitória durante o pleito, uma vez que a economia brasileira não apresentava riscos internos, com crescimento do consumo das camadas mais baixas da população e controle da inflação, e o mercado internacional demonstrava confiança no País.

A mídia cobriu massivamente as eleições de 2006. Entre fevereiro e outubro daquele ano, os quatro maiores jornais do País – *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S.Paulo*, *Jornal do Brasil* e *O Globo* – publicaram mais de 28 mil matérias sobre os candidatos. Entre eles, sobressaiu-se a *Folha*:

“Entre os jornais, sobressaiu-se a Folha de S.Paulo, mesmo antes da definição dos candidatos, não só por ter feito uma cobertura maior que seus concorrentes, mas por passar a criticar o governo e se fundamentar nas denúncias, depois do episódio do mensalão, como a base da abordagem jornalística”, (NEVES, 2008, p. 76).

Os editoriais da *Folha* também se dedicaram a criticar o governo Lula. As charges, em sua missão de crítica, ilustravam os escândalos políticos da atual gestão e as estratégias para a reeleição, não mencionando as ações positivas realizadas pelo PT e seus aliados, como o bom momento vivido pela economia, deixando assim transparecer seu apoio ao grupo paulista do PSDB, capitaneado por FHC. Essa tendência das charges do jornal mencionado pode ser observada na produção abaixo, assinada por Glauco.

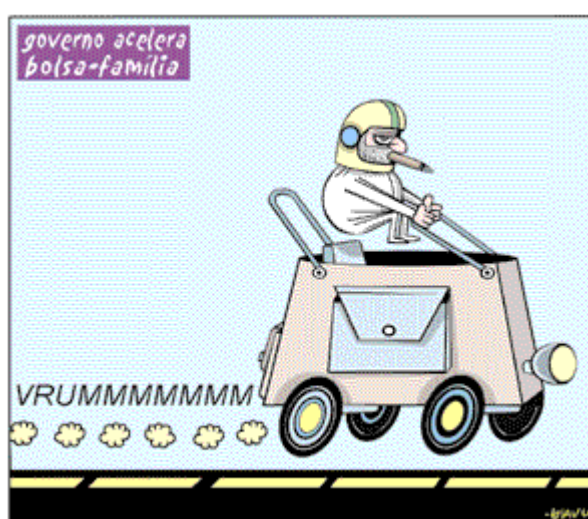


Figura 20: Charge de Glauco publicada na *Folha de S.Paulo* no dia 30 de junho de 2006.

Desde que foi reeleito, Lula e sua equipe foram responsáveis por diversos projetos e discussões políticas, econômicas e sociais. Porém, como o presidente ainda estará, até a finalização deste trabalho, no cargo da Presidência da República, decidiu-se não adentrar nas análises da imprensa opinativa sobre a totalidade de sua atual gestão. Soma-se a isso o fato de que ainda não há distância histórica para se fazer uma análise aprofundada sobre os efeitos do governo Lula. Por esses dois motivos, iremos nos restringir apenas à citação de um dos seus programas – provavelmente o mais relevante deles desde 2006 – o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC).

4.5.2.1 – O Programa de Aceleração do Crescimento (PAC)

Ainda que entre 2003 e 2006 o Brasil houvesse apresentando boas taxas de crescimento econômico, sobretudo em virtude da evolução do Produto Interno Bruto (PIB), para Kasznar (2008), trata-se de um crescimento pouco expressivo, dado o tamanho do Brasil, seu mercado interno e a capacidade de gerar importações. Ou seja, para o autor, o País ainda estava esperando pelo milagre do crescimento.

Por essas razões, talvez *“se tenha postergado (...) uma segunda fase de macroação desenvolvimentista, com cunho gerador de renda baseada em apoio ao vetor empresarial”*, (Kasznar, 2008, p.30-31). Desta forma, em janeiro de 2007, Lula, ao lado da nova ministra-chefe da Casa Civil, Dilma Rousseff, lançou um novo plano econômico, o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC).

De acordo com Kasznar (2008), o objetivo do PAC é, entre 2007 e 2010, acelerar o crescimento econômico do Brasil. Para tal, cita o autor, o governo deve investir em infra-estrutura, estimular crédito e financiamento e desenvolver ações que visem diminuir a burocracia pela qual passam as empresas brasileiras. No que diz respeito aos investimentos em infra-estrutura, o PAC privilegia as obras em transporte, habitação, saneamento e energia.

Conforme dito no final do tópico anterior, ainda não nos distanciamos historicamente do governo Lula para avaliar, com prudência, quais são os efeitos do PAC. Porém, para Kasznar (2008), o programa é capaz de estimular o crescimento econômico brasileiro. No entanto, o autor enfatiza que o Estado necessita, em primeiro lugar, ser cauteloso em relação à capacidade produtiva dos pequenos, médios e grandes empresários.

Embora seja considerado um bom programa, o PAC vem sendo duramente criticado pela imprensa brasileira, que atribui ao projeto uma função eleitoreira, isto é, teria a missão de eleger Dilma Rousseff, atual Ministra Chefe da Casa Civil para a presidência em 2010. A charge abaixo, assinada pelo chargista Jean e publicada na *Folha de S. Paulo*, exemplifica o posicionamento da mídia em relação ao PAC:



Figura 21: Charge de Jean publicada na Folha de S. Paulo no dia 28 de janeiro de 2007

A charge acima, que descreve tal cena, está de acordo com a opinião de Kasznar (2008), que defende que o PAC “servirá de bandeira ao governo atual para mostrar que há esforços na busca da retomada do desenvolvimento”, (Kasznar, 2008, p.35).

4.6 – As charges no período pós-redemocratização do Brasil

Conforme abordado no capítulo anterior, durante os anos de ditadura militar no Brasil, as charges produzidas nos grandes e pequenos meios de comunicação impressos retratavam, de algum modo, o cenário político da época. Pieroni (1998) ressalta que, nos anos de chumbo, cabia ao humor – e nele se enquadra a produção chargística, levar à sociedade brasileira à reflexão sobre as ações dos militares e suas imposições. Por este motivo, as charges produzidas entre os anos de 1964 a 1985 eram, em sua grande maioria, de teor político.

Em 1985, a ditadura militar cai por terra e, com ela, a censura deixa de ser uma presença diária nas redações da grande mídia brasileira. No período pós-

redemocratização do País, que compreende os anos de 1985 até os dias atuais, as charges de cunho político continuam presentes, em grande número, nos editoriais dos principais jornais do Brasil. Isso ocorre, principalmente, por dois motivos: primeiramente, os acontecimentos políticos, de acordo com os critérios de noticiabilidade defendidos por Traquina (2004), sempre possuem grande potencial de virar notícia. E em segundo lugar, a história recente do País, no período de redemocratização, também é repleta de escândalos políticos que são criticados pelas charges.

É o que diz o chargista Chico Caruso em uma reportagem publicada pela revista *Manchete* em 19 de setembro de 1992, em plena discussão do caso Collor e PC Farias. *“Às vezes parece difícil fazer humor em circunstâncias amargas, mas é justamente por todos estarem ligados em um mesmo tema que a ligação é satisfatória. (...) Eu particularmente vejo a situação brasileira igual à reação de um corpo saudável a um organismo estranho. Estamos lutando para expulsar este organismo invasor”*.

Ou seja, a redemocratização do país e as primeiras eleições diretas tiveram um efeito desnorteante para os chargistas que se formaram durante o período ditatorial. De um lado, a figura imutável e fixa do governo opressor e seu símbolo de poder consolidado foi extinto, deixando o chargista sem o seu principal elemento de sátira. De outro, a grande comoção nacional, com a redemocratização política, que arroubou a opinião pública ainda não permitia ao chargista o espaço necessário para apontar qualquer aspecto negativo, como por exemplo, a questão da maioria dos eleitores jovens não saberem como proceder em uma eleição direta.

Com o fim do bipartidarismo e a conseqüente formação de inúmeras siglas políticas que o acompanhou, os chargistas, tão conformados com seus papéis na resistência ao poder estabelecido, precisaram pela primeira vez escolher lados. Mas não foi só isso. O início da nova direita produziu muitos candidatos à Presidência da República, e o fluxo de informação aumentou consideravelmente. Saber filtrar essas informações e familiarizar-se com os novos personagens em foco da política nacional foram alguns dos primeiros desafios enfrentados pelos chargistas no começo da década de 1990.

Alguns artistas dessa época, porém, preferiram permanecer sem filiação e a charge ganhou um sentido mais amplo, que tanto critica a direita quanto a esquerda. Em um primeiro instante, isso foi positivo pelo poder de abrangência da crítica política, não deixando ileso nenhum dos personagens retratados. Com a

consolidação da democracia, porém, esse recurso, conjuntamente com a falta de filtração das informações, foi, aos poucos, minando a força da charge política, devido à falta de critério por parte dos chargistas em escolher o alvo de suas análises.

Todavia, no capítulo seguinte iremos mostrar que, durante o final dos anos 1990 e início dos anos 2000, sobretudo com a popularização da Internet no Brasil, surgiu uma nova geração de chargistas. Ainda que influenciada pelos chargistas já consagrados (justamente no mundo da charge política), esta nova geração irá utilizar novos temas, meios de comunicação e formatos para produzir seus materiais chargísticos, ampliando, assim, o gênero no Brasil.

5 A NOVA GERAÇÃO DE CHARGISTAS

Para o entendimento do que chamamos de “a nova geração de chargistas” – proposta final deste trabalho –, é necessário compreender o momento jornalístico no qual a maioria deles surge.

Mostraremos neste capítulo que a chegada e a popularização da Internet no Brasil desempenhou papel fundamental no universo das charges: possibilitou a migração de chargistas já conhecidos no ambiente impresso para o ambiente on-line; e permitiu que novos chargistas explorassem na rede virtual novos temas e formatos de produções chargísticas.

Assim, abordaremos, a partir de agora, o advento da Internet no Brasil e o jornalismo on-line. Apresentaremos também *sites* dos jornalistas consagrados nos anos 1970 e 1980 que migraram para o mundo virtual. Ainda, introduziremos os trabalhos de alguns dos chargistas que incluímos na categoria “nova geração de chargistas”, os quais serão retratados em nosso livro reportagem – objeto final de nossos estudos.

5.1 – O desenvolvimento da Internet e sua chegada ao Brasil

De acordo com Castells (2003), a Internet “*é um meio de comunicação que permite, pela primeira vez, a comunicação de muitos com muitos, num momento escolhido, em uma escala global*”, (Castells, 2003, p. 8). Para o autor, trata-se de um meio que revolucionou a comunicação, concentrando atividades políticas, econômicas e sociais, atingindo bilhões de usuários e afetando suas vidas.

O mesmo autor lembra que a história da Internet inicia-se em 1969 com o projeto Arpanet (rede de computadores desenvolvida pela *Advanced Research Projects Agency* – Arpa), nos Estados Unidos, com o intuito de superar a tecnologia da União Soviética. A intenção era fazer da Arpanet uma rede interativa. Para tal, conforme menciona Castells (2003), a Arpa utilizou uma revolucionária tecnologia de telecomunicações, a computação por pacote, desenvolvida pelo cientista Paul Baran. A nova tecnologia possibilitou uma comunicação descentralizada e flexível (um protótipo da Internet como a conhecemos atualmente), a qual fora aplicada no Departamento de Defesa dos Estados Unidos. Ainda segundo o autor, em 1969, foram implantados nós da rede na Universidade da Califórnia; ao final de 1971, eram

15 nós da rede instaurados nos centros de pesquisa de diversas instituições de ensino superior norte-americanas.

Castells (2003) relata que, em 1973, cientistas norte-americanos concentraram esforços para conectar a Arpanet com outras redes de computadores. Dois anos depois, a Arpanet foi transferida para a *Defense Communication Agency* (DCA). Para facilitar a comunicação por computador disponível para os diferentes ramos das Forças Armadas, a DCA criou uma conexão entre várias redes sob seu controle, operando com códigos TCP/IP (*Transmission Control Protocol* e *Internet Protocol*, isto é, protocolos de networking que conectam vários sistemas operando em componentes de rede). Em 1983, a Arpanet tornou-se a Arpa-Internet e foi destinada exclusivamente à pesquisas acadêmicas e científicas.

Ainda segundo Castells, no início dos anos 1990, a Arpa-Internet tornou-se obsoleta e foi retirada do ambiente militar dos Estados Unidos. Nesta época, muitos computadores estavam habilitados para entrarem em rede, o que aumentou a difusão da interconexão entre redes. Desta forma, muitos provedores de Internet montaram suas próprias redes e firmaram suas portas de conexão em bases comerciais. “*Nessas condições a Net pôde se expandir pela adição de novos nós e pela reconfiguração infinita da rede para acomodar as necessidades de comunicação*”, (Castells, 2003, p. 15).

Na visão de Castells (2003), o que permitiu à Internet conquistar todo o mundo foi o desenvolvimento da *World Wide Web* (www), definida por Nicola (2004) como “*uma plataforma gráfica de hipermídia para a rede, efetuando a recuperação dos dados na infovia da comunicação intertextual*”, (Nicola, 2004, p. 26-27).

Em 1995, como conta Castells (2003), a empresa de computadores Microsoft voltou suas atenções à Internet e lançou, junto com seu *software* Windows 95, o navegador Internet Explorer.

No Brasil, segundo Bolzani (2004), a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) lançou, em 1988, uma conexão de 4800 bps com a cidade de Chicago, nos Estados Unidos, utilizando dados da Embratel. Dois anos depois, relata o autor, o Ministério de Comunicação e Tecnologia inaugura a Rede Nacional de Pesquisa (RNP), com o objetivo de instaurar uma moderna infraestrutura de Internet voltada à educação e pesquisa do país. Em 1991, a Fapesp

aumenta a velocidade da conexão para 9600 bps e começa a transportar tráfego IP⁶, caracterizando a primeira conexão à Internet realizada no Brasil. A partir disso, o país registrou o domínio “br” e a distribuição de números IP em todo o território nacional.

Em 1994, os primeiros servidores de rede nacionais entraram no mercado brasileiro. Mais tarde, em 1996, a Internet se populariza com melhorias realizadas pela Embratel. No mesmo ano, o Grupo Abril lançou o portal *Brasil Online*, o *BOL*, e o Grupo Folha inaugurou o *Universo Online*.

Atualmente, segundo Bolzani (2004), existem as seguintes formas de se conectar à rede no Brasil: via telefone; via TV a cabo; via energia elétrica (powerline); sem fio (celular, DBS, entre outros); fibras óticas. De acordo com dados divulgados pelo Ibope, Nielsen Online e divulgados pelo jornal *O Globo* em 20 de agosto de 2009, o número de usuários ativos de Internet (isto é, dos que possuem acesso à World Wide Web em sua residência) é de 44,5 milhões de brasileiros. Se incluirmos aqueles que acessam a rede no trabalho, na escola, em *lan-houses*, entre outros, o número sobe para 64,8 milhões de brasileiros que navegam na Internet.

5.2 – O jornalismo on-line

A Internet, com efeito, provocou uma intensa revolução na sociedade e na comunicação. E certamente, como veremos a seguir, atingiu a mídia mundial. De acordo com Nicola (2003), a transferência do modo analógico para o digital no jornalismo aconteceu a partir de 1983, com mudanças na editoração de jornais. Assim, o processo de seleção, padronização, multiplicação e veiculação deixou de ser artesanal e tornou-se eletrônico.

Porém, conforme diz o mesmo autor, somente em 1991, com a implantação da *World Wide Web* (www), surge a possibilidade de acessar dados de diferentes pontos do planeta, facilitando a comunicação e aumentando a interatividade. Deste modo, a mídia impressa norte-americana lança seus portais na rede, inaugurando, assim, o jornalismo on-line (ou jornalismo digital). Nicola (2003) relata que o primeiro jornal a publicar informações na rede foi o *The New York Times*.

⁶ Internet Protocol (IP) é um protocolo de comunicação em uma rede para transmissão de dados entre dois ou mais computadores. Os dados IP são transferidos em blocos referidos como pacotes ou datagramas, os quais são mensurados pelo tráfego IP. Fonte: site ComputerWorld.

Pinho (2003) cita Gonçalves (2002) para definir o novo modo de se fazer jornalismo:

“O jornalismo digital é todo produto discursivo que constrói a realidade por meio da singularidade dos eventos, tendo como suporte de circulação as redes telemáticas ou qualquer outro tipo de tecnologia por onde se transmita sinais numéricos e que comporte a interação com os usuários ao longo do processo produtivo”, (GONÇALVES, apud PINHO, 2003, p. 58).

Assim, para Pinho (2003), o jornalismo on-line possui uma série de características que o diferenciam da mídia tradicional:

Não-linearidade: diferente do material impresso, segundo o autor, as informações dispostas nos portais de notícias não são lineares. A rede permite que o usuário transite no site sem uma sequência premeditada, mas sim buscando as informações de que necessita.

Pinho (2003) ressalta que a não linearidade de informações exige que jornalistas e programadores antecipem os motivos pelos quais o leitor visita determinada página, certifiquem-se de que o conteúdo possui um contexto estabelecido, uma navegação apropriada e satisfaçam suas necessidades de informação.

Fisiologia: *“a tela do computador afeta a visão humana de maneira diferente do suporte papel (...), o que pode levar a uma fadiga visual (...) e dores de cabeça”,* (Pinho, 2003, p. 50-51). Por isso, ainda nas palavras do autor, as pessoas leem mais vagarosamente na Internet. Assim, as notícias e demais gêneros jornalísticos precisam possuir um texto mais curto quando se trata de publicá-lo na rede.

Instantaneidade: na visão do mesmo autor, a Internet é capaz de transmitir as mensagens quase instantaneamente, diferentemente dos jornais impressos – que precisam esperar a próxima edição para relatar uma notícia –, das emissoras de TV e rádio. Para ele, a mídia on-line modificou o sentido do furo de reportagem (isto é, a notícia de grande relevância publicada em primeira mão por determinado veículo), pois, quando um *site* dá um furo, em poucos minutos outros se apropriam dele, sem dar o crédito em muitos casos.

Custos de produção e de veiculação: Pinho (2003) destaca que o custo de produção dos portais de notícias é baixo se comparado ao valor da produção de um jornal impresso diário. Segundo ele, publicar uma informação na rede custa menos do que uma chamada telefônica de longa distância, por exemplo.

Interatividade: apontada por Pinho (2003) como um dos grandes diferenciais da Internet. Introduzida à rede por meio de fóruns, grupos de discussões, troca de mensagens eletrônicas, entre outros, a interatividade “*é muito valiosa para os que querem dirigir mensagens e informações específicas para públicos de interesse*”, (Pinho, 2003, p. 54).

No Brasil, de acordo com Pinho (2003), jornais e revistas iniciaram sua presença no ambiente digital em 1995. O grupo *O Estado de S.Paulo* foi o pioneiro neste contexto, ao colocar no ar o portal *Agência Estado*, seguido pelo *Jornal do Brasil*, *Folha de S.Paulo*, *O Globo*, *O Estado de Minas*, *Zero Hora*, *Diário de Pernambuco* e *Diário do Nordeste*.

Para o autor em questão, à medida que a Internet cresce no Brasil, os grupos editoriais brasileiros aumentam sua presença no mundo digital. Nicola (2003) enfatiza que o jornalismo on-line equiparou-se às suas versões impressas. Porém, perdeu-se muito em conteúdo, conforme analisa o autor: “*Quanto à profundidade de análise de matérias, existe uma preocupação emergente dos editores, porém, demasiado recente e incapaz de reverter o quadro [de perda de conteúdo]*”, (Nicola, 2003, p. 34).

Além das críticas relacionadas à qualidade do conteúdo dos portais de notícias e sites de jornais e revistas, a implantação do jornalismo on-line trouxe mais uma preocupação para os meios impressos: a viabilidade de circulação de jornais e revistas. Nicola (2003) salienta que a facilidade de manuseio da Internet, a disponibilidade de notícias 24 horas por dia e a instantaneidade de publicação aumentam a preferência do usuário pelo jornalismo digital, deixando a mídia tradicional em segundo plano.

Para muitos estudiosos, o jornalismo digital é sinônimo de velocidade. Na visão de Kucinski (2005), o principal atrativo da produção jornalística de Internet não é a velocidade, uma vez que as agências de notícias, desde que existem, sempre dispararam notícias na velocidade das ondas eletromagnéticas. Para o autor, o comportamento do público é o que direciona as características do jornalismo de Internet.

Ainda segundo este autor, o jornalismo on-line “*se dirige aos usuários que atribuem à notícia um valor imediato. Para esse leitor (...), a informação não tem valor de uso, tem exclusivo valor de troca*”, (Kucinski, 2005, p. 97). É por este motivo, conforme defende o autor, que a velocidade é a característica mais valorizada da produção jornalística digital, o que coloca em segundo plano outros

atributos da informação. Ferrari (2004) complementa a ideia de Kucinski (2005) ao afirmar que os leitores de portais de notícias comportam-se como consumidores de um produto qualquer.

“Como grandes shopping centers, os sites oferecem diversão, lazer e uma infinidade de serviços. Se fizermos uma analogia com a organização dos corredores dos shoppings, iremos perceber que os portais também estão divididos em âncoras e canais, como nos grandes centros comerciais onde existem as praças de alimentação, as redes varejistas, as alamedas de serviços com sapataria, chaveiro, lavanderia e lojas genéricas”, (FERRARI, 2004, p. 19).

Para a autora acima citada, o leitor dos portais de notícias não possui, assim, um comprometimento com a realidade. Assim, segundo ela, uma manchete veiculada em um veículo da grande mídia causa sempre mais impacto do que a mesma notícia veiculada nos sites jornalísticos.

Apesar de todas as críticas, Mendonça (2008) resume o jornalismo digital como uma forma de adaptação das mídias tradicionais – jornais e revistas impressas, televisão, rádio, cinema e fotografia – a um novo suporte comunicacional, a transmissão digital de informações. Para as críticas dirigidas à produção jornalística de Internet, a autora cita a obra *El periodista universal*, de David Randall, e defende que cabe aos portais de notícias dar as informações que não se encontram e nenhum outro veículo, mas que interessam à sociedade.

5.3 – Os chargistas brasileiros na Internet

Conforme relatado no tópico anterior deste capítulo, o jornalismo on-line tornou-se uma realidade no Brasil. Os grandes veículos de comunicação, isto é, jornais, revistas e emissoras de rádio e de TV possuem, desde meados dos anos 1990, seus portais de notícia, disponibilizando aos usuários da rede conteúdo quase sempre jornalístico. A *Folha de S.Paulo* disponibiliza o site *Folha On-line* (<http://www.folha.uol.com.br/>); o jornal *O Estado de S.Paulo* possui o portal *Estadão* (<http://www.estadao.com.br/>); a revista *Veja* também dispõe seu conteúdo na Internet (<http://veja.abril.com.br/>); a *Rede Globo* também possui um portal de notícias, o G1 (<http://g1.com.br/>); o principal jornal do Paraná, a *Gazeta do Povo*, também mantém uma versão digital de seu impresso (<http://portal.rpc.com.br/gazetadopovo/>).

O advento da Internet permitiu que os chargistas já conhecidos da mídia migrassem – simultaneamente ao próprio jornalismo – para o ambiente virtual. É o caso, por exemplo, do chargista Angeli. Além de visíveis no site da *Folha de S.Paulo* (apenas para assinantes do veículo), as charges e ilustrações de Angeli estão disponíveis em seu site pessoal: <http://www2.uol.com.br/angeli/>.

Em seu portal, Angeli posta, todo domingo, as charges produzidas por ele para a *Folha de S.Paulo*. Também é possível encontrar no site ilustrações de outros personagens criados pelo cartunista, como a dupla Luke e Tanta, Rê Bordosa e os da série *Let's talk about sex*. Há, ainda, uma seção especial com charges produzidas durante os oito anos de governo do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso.



Figura 22: “Luke e Tantra”, de Angeli (acessado em 26 de novembro de 2009)

Outro chargista conhecido que mantinha um site era Glauco⁷: <http://www2.uol.com.br/glauco/>. Suas produções chargísticas também podiam ser conferidas no site da *Folha de S.Paulo*, nos espaços destinados ao Editorial, com charges políticas, e à *Folha Quadrinhos*, no caderno cultural *Ilustrada*.

Além de disponibilizar as charges feitas para a *Folha*, Glauco publicava em seu site as tiras de todos os personagens por ele criados, como Dona Marta, Zé Malária, Doy Jorge, e outros.

⁷ Glauco e seu filho Raoni foram assassinados a tiros na cidade de Osasco (SP) no dia 12 de março de 2010. O autor dos disparos foi o estudante Carlos Eduardo Sundfeld Nunes, membro da igreja daimista Céu de Maria, fundada por Glauco. (Fonte: G1.com.br).



Figura 23: Dona Marta, de Glauco. (acessado em 26 de novembro de 2009)

Os dois exemplos acima mostram que a afirmação do jornalismo on-line brasileiro não restringiu a produção de charges. Ao contrário, os chargistas ocuparam o ambiente digital, ampliando a divulgação de seus trabalhos. Acreditamos, como mostraremos a seguir e em nosso livro reportagem, que o advento da Internet também possibilitou o surgimento de novos artistas que se voltaram para as charges ou para outros formatos que, utilizando as características de charge descritas por Marques de Melo (1985) – ironia e humor para criticar aspectos da vida pública – conseguem atingir o mesmo efeito das charges.

A trajetória de vida e de carreira da nova geração de chargistas irá comprovar (como bem esclareceremos em nosso livro reportagem) a importância dos fanzines – definidos por Atton (2002) como publicações independentes de artistas amadores, com o objetivo de promover a subcultura local – e, sobretudo, a importância dos meios digitais, na ascensão de novos nomes nacionais dos cartuns e das charges. Conforme explica Mattos (2009), uma pessoa com acesso à rede pode criar, em alguns minutos, um blog e publicar textos e imagens próprios. Ainda segundo o autor, é cada vez mais simples a comunicação via *web* por meio das redes sociais. Esses atributos da mídia digital possibilitaram que uma nova geração de chargistas alcançasse repercussão nacional por meio de seus blogs e sites.

A nova geração de chargistas também é caracterizada pelo uso de outros formatos além da charge propriamente dita na produção de seus trabalhos. Como será visto a seguir (e também no livro-reportagem produzido como conclusão deste projeto), os novos chargistas brasileiros transportaram para tirinhas e histórias em quadrinhos toda a crítica à política e aos costumes da sociedade brasileira e mundial.

Outro fator que deve ser observado é o tema das produções chargísticas. Com o fim da ditadura militar e, conseqüentemente, da censura imposta à imprensa, muitos chargistas deixaram de falar apenas sobre a política brasileira. Comportamento e costumes sociais também passaram a ser abordado pelos

chargistas já conhecidos. Os novos chargistas também retratam esses outros assuntos. Todavia, a política, sobretudo a brasileira, continua sendo explorada por chargistas já consagrados e pela nova geração, uma vez que continua fornecendo acontecimentos para tal.

Muitos dos artistas e chargistas da nova geração conquistaram a grande mídia tradicional, sendo hoje requisitados por grandes veículos, como o site *G1*, revista *Playboy*, *Folha de S.Paulo*, entre outros. Como personagens para nosso livro reportagem, escolhemos quatro chargistas: Allan Sieber, André Dahmer, Arnaldo Branco e Benett. A escolha dos quatro nomes mencionados se deve a duas razões principais: primeiramente, todos eles alcançaram repercussão nacional, inovando, de algum modo, a produção de charges. Em segundo lugar, desenvolveram seus trabalhos no mesmo período.

A seguir, mostraremos um resumo da trajetória dos quatro chargistas pertencentes à nova geração.

5.3.1 – Allan Sieber

O chargista, quadrinista e animador Allan Sieber nasceu em 1972, na cidade de Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Seu interesse por quadrinhos e desenho começou ainda na infância por influência do pai, que era desenhista.

Em seu site oficial, Sieber narra sua biografia. Na década de 1990, ainda em sua cidade natal, Sieber integrou a equipe do desenhista e animador Otto Guerra, no estúdio Otto Desenhos Animados. Com Guerra, Sieber produziu a revista *Glória*, *Glória*, *Aleluia*, que foi premiada, em 1996 e 1998, com o Troféu HQMix. Também nos anos 1990, Sieber publicou seu primeiro trabalho na grande mídia: a tira *Bifeland*, no caderno Zap, do jornal *O Estado de S.Paulo*.

Em 1999, Sieber dirigiu e animou seu primeiro curta-metragem de animação, intitulado *Deus é pai*. O curta fora premiado nos mais importantes festivais de cinema e de animação brasileiros, como o Festival de Gramado e o Animamundi. No mesmo ano, mudou-se para o Rio de Janeiro, onde fundou, ao lado da produtora e diretora Denise Garcia, o estúdio de animação Toscographics Desenhos Animados. Sieber produziu a abertura para o programa *Muvuca* e animações para a série *Invenções do Brasil*, ambos da Rede Globo.

Ao mesmo tempo em que se dedica à animação, Sieber volta a produzir tirinhas. No final de 2000, lança a tira *Vida de estagiário* no jornal *Folha de S.Paulo*.

A série retrata, com bom humor, a difícil rotina dos universitários que passam pela experiência dos estágios mal remunerados.



Figura 24: Tira *Vida de estagiário*, de Allan Sieber (em www.allansieber.com.br)

O chargista também colaborou com outros importantes veículos, como *Gazeta Mercantil*, *O Estado de S.Paulo*, *O Pasquim 21*, *Superinteressante*, entre outros. Em 2004, fundou – com os cartunistas Arnaldo Branco e Leonardo – a *Revista F*. Conforme revela em entrevista ao site *Crônicas Cariocas*, em agosto de 2008, Sieber foi influenciado pelo tom autobiográfico dos principais chargistas e quadrinistas brasileiros e internacionais, como Jaguar, Angeli, Millôr Fernandes e Robert Crumb.

As tiras de Sieber são marcadas por um humor autodepreciativo. Outro tema sempre recorrente no trabalho do chargista é a religião (Sieber frequentou na infância a igreja Testemunhas de Jeová). O humor ácido e a ironia das tiras e dos quadrinhos de Sieber conquistaram os grandes veículos de comunicação, que cederam espaço para novos nomes e novos formatos da charge brasileira.

Sieber possui sete livros publicados: *As piadas vagabundas de Steven* (Edições Tonto, 1997), *As últimas palavras* (Edições Tonto, 2000), *Preto no branco* (Conrad, 2004), *Vida de estagiário* (Conrad, 2005), *Sem comentários* (Editora Casa XXI, 2005), *Assim rasteja a humanidade* (Desiderata, 2006), *Mais preto no branco* (Conrad, 2007), *É tudo mais ou menos verdade* (Desiderata, 2009).

Atualmente, Sieber produz tiras para a revista *Playboy* e para a *Folha de S.Paulo*.

Dos artistas selecionados para este projeto, Sieber é o que menos dependeu da Internet para projetar-se no mundo das charges, dos quadrinhos e das tirinhas. Entretanto, ele se destaca, sobretudo, pelos temas de seus trabalhos, que abordam aspectos da sociedade brasileira de um modo geral. Sieber foi um dos primeiros chargistas desta nova geração que alcançou os grandes veículos de comunicação com tiras e quadrinhos que não retratam acontecimentos da vida política do Brasil.

5.3.2 – André Dahmer

O cartunista e artista plástico André Dahmer nasceu em 1974, no Rio de Janeiro. Dahmer formou-se em Desenho Industrial e enveredou pelas artes plásticas, ainda nos anos 1990.

Para Dahmer, as histórias em quadrinhos sempre foram uma atividade para os momentos de lazer. É o que ele conta em entrevista à repórter Ledianne Andrade, da *Revista Homem*. Seu trabalho começou a ser conhecido em 2001 em sua página na Internet, chamada *Os Malvados*. Nela, o cartunista publicou a série de tirinhas *Os malvados*, a qual critica, com um humor ácido, os costumes da sociedade atual e temas universais, retratando tópicos como amor, solidão, educação, criminalidade, vícios, entre outros. Em seu site, também vende, por meio de uma loja virtual, canecas, camisetas, agendas e outros produtos com os personagens por ele criados.

Na entrevista acima citada, Dahmer afirma que jamais se autocensura quando produz uma tirinha. *“Não trabalho com freios, ao contrário. Não há como pensar ‘ah, isso vai pegar mal’ e fazer humor de qualidade ao mesmo tempo. Não é assim que funciona,”*.



Figura 25: tira “Os malvados”, de André Dahmer (em www.osmalvados.com.br)

A popularidade nos meios digitais levou o cartunista à grande mídia. Em 2007, Dahmer passou a publicar uma série inédita de tiras intitulada “Rei Emir Saad, o monstro de Zazanov” no portal *G1.com*, do *Globo.com*. Emir Saad é um ditador atroz e individualista, que controla seu reino (o fictício reino do Ziniguistão) de ameaças e da tortura. Em entrevista ao próprio site de notícias, o cartunista defende a importância do personagem: “Num tempo em que o totalitarismo caminha travestido de liberdade, me parece importante e atual publicar o Rei Emir.”



Figura 26: tira “Rei Emir”, de André Dahmer (em www.g1.com.br)

Os traços simples, quase infantis, de Dahmer não desvalorizam o poder de suas tiras e de seus personagens. A crítica à sociedade – não somente aos políticos, como outrora realizada pelos mais importantes chargistas brasileiros, mas a todas as pessoas de uma maneira geral – está nas falas entre os personagens e nos diálogos criados. O sucesso do chargista em questão, que também colabora com importantes publicações, como os jornais *Folha de S.Paulo*, *Brasil Econômico*, *Jornal do Brasil*, além das revistas *Piauí* e *Caros Amigos*, comprova que as charges, tiras e cartuns ganharam um caráter mais geral, abordando temas além da sempre conturbada política brasileira.

Dahmer já publicou quatro livros: *Malvados* (Desiderata, 2005), *O Livro Negro de André Dahmer* (Desiderata, 2007), *Malvados* (Desiderata, 2008) e *A Cabeça é uma Ilha* (Agir, 2009).

5.3.3 – Arnaldo Branco

O jornalista e cartunista Arnaldo Allemand Branco nasceu no Rio de Janeiro, em 1972. Tornou-se, aos 30 anos, um dos principais nomes da nova geração de

cartunistas, graças ao tom ácido e politicamente incorreto de seus personagens, os quais ganharam fama e alcançaram a grande mídia.

Branco é filho do jornalista Aloísio Gentil Branco, que foi secretário de redação dos jornais *Correio da Manhã* e *O Globo*. Em entrevista ao jornalista Daniel Faria para a *Revista Wave*, em 2008, contou que foi influenciado pelo estilo de vida do pai ao escolher o jornalismo como profissão. Já a paixão pelos quadrinhos, cartuns e charges surgiu ainda na infância. Na mesma entrevista, Branco revela que foi influenciado, principalmente, por Angeli e por sua predileção pelos quadrinhos de humor e de comportamento.

Ao lado do cartunista Allan Sieber, Branco fundou, em 2004, a *Revista F*, publicação de humor que existiu por apenas cinco edições. Também trabalhou na adaptação para quadrinhos da peça *O Beijo no Asfalto* (Nova Fronteira, 2007), de Nelson Rodrigues. Atualmente, colabora com ilustrações para a *Revista Monet* e para o site *G1.com*, do grupo *Globo.com*, com a série de tirinhas “Mundinho Animal”.

Como mostraremos adiante, bem como em nosso livro-reportagem, Branco – assim como a maioria dos chargistas da nova geração apresentados neste trabalho – é responsável por levar a charge ao formato “tirinha”. Porém o cartunista não satiriza a classe política do Brasil. Ele optou por criticar outra classe de grande expressão no País, a artística. Deste modo, Branco comprova que as charges não precisam ser necessariamente políticas para serem capazes de realizar críticas por meio do humor.



Figura 27: tirinha “Mundinho Animal”, de Arnaldo Branco (em www.g1.com.br)

Branco possui uma publicação: *As aventuras do Capitão Presença* (Conrad, 2006). Entre seus personagens de maior destaque estão o Capitão Presença, cujo poder é sempre possuir maconha, e o cafetão Joe Pimp, conhecido por humilhar as mulheres.

5.3.4 – Benett

Alberto Benett de Macedo, mais conhecido como Benett, nasceu em Ponta Grossa, interior do Paraná, em 1974. Desde a infância interessou-se por desenhos e quadrinhos, como *A Turma da Mônica* e *Haggar, o terrível*. Porém, foi apenas nos anos 1980, após tornar-se fã da revista *Chiclete com Banana* – revista de quadrinhos para adultos com colaborações de Angeli, Laerte, Glauco, entre outros – que o pontagrossense escolheu a profissão de chargista.

Benett criou seu primeiro personagem ainda na década de 1980: Barata, funcionário de uma locadora que passa os dias com uma faca na barriga. Embora não tenha alcançado fama, o personagem chamou a atenção de algumas pessoas ligadas ao desenho em Ponta Grossa devido ao traço simplório e pelo tom mórbido demais para um jovem de dezesseis anos, conforme conta o próprio chargista em entrevista para a realização deste trabalho.

Em 1994, Benett iniciou sua colaboração para o *Jornal da Manhã*, de Ponta Grossa, no qual publicou seus primeiros personagens – Sr. Barata e Carlos Invertebrado. Todavia, relata o chargista, seus personagens entraram em conflito com a linha editorial do veículo, sobretudo quando publicou uma série chamada *A Via Sacra 2*, que mostrava a segunda vinda de Cristo ao mundo. Resultado: foi demitido do jornal após inúmeras cartas de leitores reclamando do tom herético de suas charges.

Para realizar o sonho de ser chargista, Benett ingressou, em 1996, na faculdade de jornalismo. Após anos produzindo charges para os jornais *Diário dos Campos* e *Ponta a Ponta*, o chargista decidiu mudar-se para Curitiba, em 2001, e conseguiu uma vaga no já extinto jornal *Primeira Hora*, da Rede Paranaense de Comunicação. Com o fechamento do impresso, o jornal *Gazeta do Povo*, do mesmo grupo, adotou o chargista, que colabora com o veículo até o presente momento.

Na *Gazeta do Povo*, Benett desenvolveu e aprimorou um estilo único de humor e de traço. Criou também personagens que se tornaram clássicos da charge paranaense: o furioso Amok, o inescrupuloso Cachorro, o Punkadinha (uma homenagem ao chargista Angeli), entre outros.



Figura 28: Tira do chargista Benett publicada na *Gazeta do Povo* no dia 07 de janeiro de 2010

Ao lado de seus companheiros na *Gazeta*, como Paixão, Thiago Recchia e Pancho, Benett é responsável por introduzir na charge paranaense a tira como um dos novos formatos de charge, além de dar a ela uma maior abrangência de temas, como no exemplo acima. Dos escolhidos para este projeto, Benett é o chargista que mais produz peças relacionadas à política. Ele defende que as charges precisam, atualmente, conduzir o leitor a algum tipo de reflexão. “É importante desafiar o leitor, e não só satisfazê-lo dizendo que político é ladrão”, declarou em entrevista para produção deste trabalho.



Figura 29: charge política de Benett publicada na *Gazeta do Povo* no dia 21 de dezembro de 2009

Benett possui um livro publicado: *Benett Apavora! Tiras Infames e Desenhos Encardidos Para Toda Família Disfuncional* (Editora Juruá, 2007). O chargista também possui um blog por meio do qual divulga suas produções. Adepto do jornalismo on-line, Benett também escreve e publica no blog *Salmonelas*, da *Gazeta do Povo*.

A vida e a carreira dos quatro chargistas mencionados neste capítulo, conforme afirmado anteriormente, serão abordadas com maior profundidade em nosso livro reportagem. No capítulo seguinte, iremos nos aprofundar no conceito de livro reportagem e jornalismo literário, e explicaremos o projeto do livro em questão.

6. LIVRO-REPORTAGEM , BIOGRAFIA E PERFIL JORNALÍSTICO

Neste capítulo, iremos tratar sobre o livro-reportagem, recurso extremamente conectado ao jornalismo contemporâneo e que será utilizado para apresentar o resultado de nossas pesquisas e entrevistas sobre os novos chargistas brasileiros. Também iremos apresentar o roteiro de capítulos de nosso livro-reportagem.

6.1 – O livro-reportagem

Ao longo da história do jornalismo, mais precisamente no século XX, os jornalistas buscaram modos de publicar temas e reportagens que não cabiam na imprensa cotidiana. Desta busca surgiu o livro-reportagem, que, de acordo com Lima (1993), é um produto cultural bastante peculiar, pois, além de ampliar o espaço da imprensa diária, *“penetra em campos desprezados pelos veículos jornalísticos periódicos, recuperando para o leitor a gratificante aventura da viagem pelo conhecimento da contemporaneidade”*, (Lima, 1993, p.7).

O autor em questão lembra que a atividade jornalística, isto é, reportar os acontecimentos, está condicionada ao modo como o jornalista concebe e entende o mundo. Porém, com a correria de todo dia, os repórteres não conseguem informar muito mais do que o *lead*, ou seja, do que as informações mais básicas. Além disso, falta a humanização dos fatos, bem como a ligação entre eles.

Em meio à correria do dia a dia jornalístico, a reportagem, na visão de Lima (1993), tenta oferecer profundidade aos acontecimentos, tendo a obrigação de investigar todas as vertentes e detalhes do tema a ser desenvolvido. Contudo, o autor acredita que a reportagem praticada pelos grandes veículos de comunicação brasileiros possui *“uma obsoleta noção de causa e efeito. O determinismo impera”*, (Lima, 1993, p.15).

Assim, o autor defende que o livro-reportagem foge das limitações das práticas jornalística da grande mídia. Em suas palavras, a função deste instrumento é:

“Estender o papel do jornalismo contemporâneo, fazendo avançar as baterias de explicações para além do terreno onde estaciona a grande reportagem na imprensa convencional. Mais ainda, o livro-reportagem transcende as concepções norteadoras do jornalismo atual. Tem potencial para assumir posturas experimentais. Tem pique suficiente, se trabalhado de forma adequada, para fazer

nascer a vanguarda de um jornalismo realmente afinado com as tendências mais avançadas do conhecimento humano contemporâneo”, (LIMA, 1993, p.16).

O autor em questão reitera que o livro-reportagem utiliza os mesmos recursos da prática jornalística. Entretanto, possui diversas características exclusivas. Em primeiro lugar, destaca-se a não relação com a atualidade e com a periodicidade. Permanecem, evidentemente, a veracidade e a verossimilhança dos acontecimentos. O autor salienta que o diferencial, nesta questão, é a compreensão do real não apenas no plano da ocorrência social, mas também, e muitas vezes, aos vários pontos de vista deste fato. Muitas vezes, o foco abordado pelo jornalista não é o central, mas sim aquele que puder contar uma boa e verdadeira história.

De acordo com Lima (1993), a função da linguagem do livro-reportagem é a mesma do jornalismo tradicional – comunicar com eficiência e clareza. Seu autor preocupa-se em produzir um texto e, ainda, um projeto gráfico atraentes e, muitas vezes, ousados se comparados aos impressos diários.

Quanto ao conteúdo, o autor acima que o livro-reportagem pode versar desde a informação simples a temas complexos, passando por acontecimentos relevantes para a sociedade, episódios factuais, situações e figuras humanas. O objetivo, segundo ele, é oferecer ao leitor as múltiplas facetas que envolvem o tema abordado, contextualizando-o e mostrando as ligações entre diferentes realidades.

Lima (1993) também ressalta que o livro-reportagem apresenta um relato mais extenso e intenso da realidade, diferenciando-se, portanto, da efemeridade do jornalismo do cotidiano.

Evidentemente, a produção do livro-reportagem passa pelas mesmas etapas da atividade jornalística convencional: pauta, captação, redação e edição. Contudo, Lima (1993) sustenta que existem diferenças nas duas práticas. A pauta do livro, por exemplo, possui maior liberdade temática, de angulação, de fontes, de tempo, conforme citado neste capítulo.

No que tange à captação, o instrumento mais utilizado é a entrevista. Fora do âmbito jornalístico, autores de livro-reportagem utilizam, também, outros métodos, como as histórias de vida, as quais seguem pela linha autobiográfica, e a observação participante, oriundo da ciência social e com mínima interferência do jornalista.

Belo (2006) reitera que o livro-reportagem precisa dar lugar ao jornalismo interpretativo, uma vez que é uma alternativa para os materiais que não cabem na imprensa convencional. A visão de Lima (1993) é similar a de Belo (2006). O

primeiro afirma que retratar os acontecimentos de maneira lógica e linear não é suficiente em um livro-reportagem, buscando-se algumas técnicas próprias da literatura, como a não-linearidade, a descrição de cenários e personagens, o uso de diálogos, etc.

Lima (1993) ainda assinala que a principal inspiração para os autores do livro-reportagem é o realismo social sob quatro aspectos: ponto de vista, fluxo de consciência, símbolos do status de vida e diálogos. A primeira das características do realismo social relaciona-se com a centralização da narrativa sob a perspectiva de alguém que dela participa. Revela-se, assim, a subjetividade do repórter. Ele explica que o segundo aspecto, fluxo de consciência, representa-se no texto pela reprodução do pensamento do personagem, em geral, de modo confuso e desorganizado. Por meio da terceira característica do realismo social, símbolos do status de vida, o repórter oferece ao leitor uma leitura mais completa da realidade de seu relato. Essa complexidade se dá pelo registro de costumes, hábitos, vestuário, decoração e quaisquer outros comportamentos dos personagens focalizados.

O autor em questão ainda ressalta que os diálogos empregados servem para dar ao texto um ritmo mais solto e envolvente de modo mais natural possível. Por meio deles realiza-se a construção cena a cena, a qual arquiteta todo o panorama como uma sequência de acontecimentos interligados entre si, e não, somente, como um relato meramente histórico.

6.2 – Jornalismo literário

Jornalismo e literatura sempre estiveram interligados. Afinal, ambos têm como missão narrar um acontecimento, verdadeiro, no caso do jornalismo, e ficcional (ou não), na literatura. Na história do jornalismo, porém, existe um momento em que a prática literária e a jornalística, de fato, se fundem.

Pena (2006) lembra que, durante o século XIX, muitos escritores franceses e ingleses publicavam nos jornais da época suas histórias ou outros escritos. São esses os chamados folhetins: verdadeiros romances em capítulos na imprensa. Isso, diz o autor, aumentava a venda dos impressos. Os autores também lucravam – ganhavam visibilidade e divulgação de suas histórias e de seus nomes. Muitos nomes popularizaram-se por meio dos folhetins: Honoré de Balzac, Victor Hugo, Charles Dickens; no Brasil, destacaram-se José de Alencar e Machado de Assis.

No século XX, contudo, a literatura começa a perder seu espaço no jornalismo. Nos anos 1950, ressalta Pena (2006), o formato do jornalismo consolida-se: prega a objetividade e a concisão de textos, ao invés das belas narrativas. No entanto, a prática literária não desaparece completamente; torna-se, ao invés, um caderno de suplemento.

“Os suplementos têm como função acrescentar alguma coisa aos jornais, mas devem seguir incondicionalmente as características da imprensa moderna. Ou seja, não só estão sujeitos às regras básicas do discurso jornalístico (clareza, concisão e objetividade), como têm na venda seu objetivo primordial”, (PENA, 2006, p. 40).

O conteúdo dos suplementos dos jornais é bastante parecido até os dias atuais em praticamente toda a imprensa brasileira. Pena (2006) explica que esses cadernos publicam resenhas escritas por jornalistas ou acadêmicos. Trazem também informações sobre lançamentos e eventos culturais. No Brasil, segundo o autor, os suplementos literários são veiculados aos finais de semana, o que significa que os brasileiros interessam-se por cultura como um mero lazer, e não como conteúdo de seu cotidiano.

Atualmente, conforme já explanado neste capítulo, os jornalistas utilizam o livro, suporte literário, para avançar os limites do jornalismo convencional. Trata-se do livro-reportagem. Pena (2006) classifica os trabalhos jornalísticos que misturam ficção e realidade como romances-reportagens, uma vez que, ao analisar suas características, encontram-se aspectos jornalísticos e literários. Para ele, existe uma sutil diferença entre romance-reportagem e livro-reportagem. O primeiro tem maior liberdade de utilizar-se de aspectos literários, inclusive em sua apuração e construção de diálogos. O segundo, por sua vez, possui compromisso com *“o real e factual, seja na veracidade ou na verossimilhança, já que seus procedimentos operacionais são jornalísticos”,* (Pena, 2006, p. 105).

6.2.1 – Biografia

As biografias sempre figuram nas listas dos livros de não-ficção mais vendidos no Brasil. De acordo com Vilas Boas (2002) uma biografia é *“uma compilação de uma ou várias vidas. (...) O que interessa é a escrita e o autor, a criação e a publicação, o personagem e sua interpretação”,* (Vilas Boas, 2002, p.18).

Para Vilas Boas (2002), a biografia possui um enfoque humano, e apenas algumas apresentam elementos jornalísticos, como apuração dos fatos e busca pela verdade. A intenção é sempre trazer ao presente o passado de alguma importante personalidade.

Embora populares, a produção de biografias ainda é recente no Brasil. Os dados de Vilas Boas (2002) revelam que entre 1995 e 1997 o número de biografias lançadas no País aumentou 99%, ou seja, praticamente o dobro. Ao entrar nas listas de *best-sellers*, as biografias passaram a ser consideradas sublitteratura, literatura trivial ou ainda literatura de massa, conforme cita o autor.

Resta-nos, porém, analisar a presença de características jornalísticas nas biografias. Vilas Boas (2002) ressalta que jornalistas que se tornam biógrafos levam para sua nova ocupação todo o saber jornalístico. Sabem, segundo ele, lidar com fontes, onde e como conseguir as informações, como lidar com dados sigilosos. Além disso, conseguem, por sua experiência na imprensa, escrever de modo claro, ampliando a gama de leitores para além do universo intelectual e acadêmico. Não se pode negar, contudo, que uma boa biografia reúne *“um conjunto de recursos extraídos, deliberada ou intuitivamente, do Jornalismo, da Literatura e da História”*, (Vilas Boas, 2002, p. 26).

Quanto à questão autoral, o autor defende – e não poderia ser diferente – que os biógrafos são, de fato, autores de seus livros. Porém, são autores limitados, pois precisam negociar com o biografado (ou sua família, caso este já esteja morto). Ou seja, não há total liberdade de angulação, fontes e de eixo de abordagem.

Vilas Boas (2002) explica que existem quatro tipos de biografias: *autorizadas*, escritas e publicadas com o aval do biografado ou sua família e amigos; *não-autorizada*, quando a obra é produzida e publicada sem o consentimento do biografado ou sua família e amigos; *encomendadas* por editores, ou pelo próprio personagem central ou seus familiares; *ditadas*, na qual o biógrafo escreve as memórias do biografado em primeira pessoa, isto é, como um *ghostwriter*.

Por que, afinal, as biografias atraem tanto e possuem leitores fidedignos no Brasil e no mundo? Para o autor, não se trata, apenas, da narração da vida de uma pessoa célebre. O biógrafo lida com questões humanas e atemporais: problemas na adolescência, início da vida adulta, fracassos e conquistas. O autor cita, ainda, os historiador Stephen B. Oates para reiterar a identificação do público com as biografias:

“As pessoas lêem e continuam lendo biografias, acredita Stephen B. Oates, pelo prazer de se projetarem em outras vidas, diferentes tempos, outros destino e de retornarem ao presente depois da viagem. As biografias sugerem o universal embutido na particularidade de um indivíduo. É como se o leitor se deliciassem com o fato de ‘não estar sozinho no mundo’, de poder compartilhar sua própria história com outra pessoa, não importa a época”, (VILAS BOAS, 2002, p. 37).

Muitos autores brasileiros destacam-se no campo das biografias. Atualmente, o principal deles é o jornalista Fernando Morais, responsável pelas obras *Chatô, o rei do Brasil* (1994), *Na toca dos leões* (2005), *O Mago* (2008) e outras. Outro que merece ser enfatizado é o jornalista Ruy Castro, o qual relatou a vida de Nelson Rodrigues em *O Anjo Pornográfico* (1992), do jogador de futebol Garrincha em *Estrela Solitária* (1995), entre outras.

6.2.2 – Perfil jornalístico

O perfil jornalístico é, de acordo com Vilas Boas (2003) uma biografia mais curta, geralmente publicada em revistas ou jornais. Também é definido como uma reportagem narrativo-descritiva de pessoa. Diferentemente dos textos biográficos, os perfis podem focar em apenas um aspecto da vida da pessoa.

Vilas Boas (2003) explica que a estruturação do perfil geralmente se dá por meio de entrevistas e a narrativa é apresentada em primeira ou terceira pessoa. Na visão do autor, o personagem perfilado sempre deve ser o foco do material, relatando suas experiências reais. Isto é o oposto do que aparece no jornalismo convencional, que classifica as pessoas por meio de números e dados.

O autor reitera que os perfis cumprem um papel importante – gerar empatia. *“Acredito que a empatia também facilita o autoconhecimento (de quem escreve e de quem lê)”, (Vilas Boas, 2003, p.13).* Para tal, o jornalista assume um papel de *voyeur*, observando o que lhe é permitido. Existem, todavia, uma série de fatores que podem dificultar a produção de um perfil, como aponta o autor: pouco contato com o personagem; pouco tempo; espaço limitado para (muitas vezes) muitas informações; choque de interesses, quando o personagem não é estimado pelo público.

Apesar das dificuldades, existem algumas regras que devem ser seguidas pelo jornalista. Primeiramente, como atenta o autor em questão, o jornalista não deve direcionar palavras ou gestos. Isto é, preza pela espontaneidade da conversa,

sempre oportuna. E, para permanecer na memória do leitor, ou seja, para não se tornar efêmero, um bom perfil deve ter quatro partes:

“Lembrança, espaço, circunstância e interação. Da lembrança flui a história de vida; o espaço é a geografia do encontro – a tela do portrait; a circunstância representa tal momento significativo; e a interação é o que leva à expressão (facial, gestual, opinativa, etc)”, (VILAS BOAS, 2003, p. 20).

Além disso, um bom perfil, segundo o autor, é aquele capaz de apresentar um determinado aspecto da vida do perfilado, levando o leitor a uma reflexão sobre temas universais.

Os perfis estão presentes na história do jornalismo desde o século XIX. Porém, relata Vilas Boas (2003), apenas nos anos 1930 que jornais e revistas interessaram-se, de fato, por relatar aspectos da vida de personalidades jornalística e literariamente. Assim, os perfis tornaram-se símbolo de importantes revistas norte-americanas, como *Esquire*, *Vanity Fair*, *Life*, *The New Yorker*, entre outras. No Brasil, *O Cruzeiro* e a *Realidade* abriram espaços para os perfis.

O autor lembra que os repórteres eram incentivados a construir diálogos bastante interativos, a fim de humanizar o máximo possível o texto final. O grande objetivo era produzir um perfil o mais nítido e literário possível.

Atualmente, os perfis são bem escassos no jornalismo brasileiro e mundial. Os raros que, vez ou outra, são publicados no Brasil pouco trazem dos valores humanistas, segundo Vilas Boas (2003). Os textos veiculados pela imprensa brasileira relatam intrigas políticas, invasão de privacidade ou o relato da vida de alguma celebridade do ramo artístico. A exceção, nos últimos três anos, talvez seja a revista *Piauí*, a qual tenta trazer alguma dose de humanismo em seus textos.

6.3 – Roteiro do livro-reportagem “Deus sabe que eu não faço esses quadrinhos por mal” – perfis jornalísticos sobre a nova geração de chargistas

O livro-reportagem que resulta desta pesquisa e das entrevistas com os novos chargistas apresenta a seguinte estrutura:

- Capítulo 1: Apresentação: as charges ontem e hoje
- Capítulo 2: Perfil: Perfil Benett
- Capítulo 3: Perfil Allan Sieber
- Capítulo 4: Perfil André Dahmer

- Capítulo 5: Arnaldo Branco

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como foi explicado no início dessa pesquisa, a charge teve na Holanda seu verdadeiro berço, devido a seu regime liberal que permitiu aos artistas criar o conceito do gênero de então. Entretanto, estendendo essa associação proporcional entre liberdade de expressão e aprimoramento intelectual da charge, não é possível observar que o mesmo tenha acontecido no Brasil durante a ditadura militar que governou o país de 1964 a 1985.

A medida dessa repressão — e o lugar de sua eficiência na excelência do campo das ideias — não pode ser comparada àquela dos iluministas, assim como a secular tradição bélica e revolucionária da Europa e o burocratismo autoritário brasileiro de vinte anos não se comparam. Enquanto a primeira coerção, na origem do gênero, retardou seu aprimoramento em alguns anos e alterou seu local de nascimento, a segunda, sem deliberação, acabou por redefinir um estilo de humor e consagrar a charge como um dos estilos mais intelectualmente prolíficos da época.

Isso se deve, em parte, à relutância do governo do Brasil em assumir, num primeiro momento, seu caráter opressor. A demagogia do discurso influenciou em um comportamento brando durante a presidência de Castelo Branco. Já durante a época do recrudescimento do regime, ou seja, os dez anos que se seguiram ao governo Castalista, a censura foi a única forma praticada de privação da liberdade do artista, não sendo este perseguido fisicamente, o que lhe conferia certa integridade.

Com isso, os chargistas puderam desenvolver o estilo de charge que se tornou célebre neste período, aquele capaz de driblar a censura. Por seu humor refinado, a anedota gráfica passava pelo censor, que não notava nada de subversivo e permitia que a mensagem chegasse ao seu destino. Esse tipo de transgressão jamais seria possível na Europa dos séculos XVII e XVIII, pelo simples fato de que os únicos receptores da charge — sejam eles contra ou a favor — dispunham de alto grau de educação acadêmica, não havendo parte interessada que não captasse a mensagem. Somado a isso, ainda há a uniformidade na educação dos escolares da nobreza. Enquanto no Brasil é possível fazer uma charge que apenas uma classe social entenda, para os europeus da época uma representação dispunha de apenas um significado. Portanto, as coerções funcionam de maneira diferente nas duas épocas e lugares.

A charge política, entretanto, teve sua existência restrita ao período ditatorial brasileiro. Os chargistas que, até então, nunca haviam precisado escolher lados, precisaram formar suas primeiras linhas editoriais não-óbvias no período de redemocratização do país. Ainda assim, a crítica política enfraqueceu-se nesse período por diversos fatores, entre eles, a saturação do gênero, publicado excessivamente nos chamados “anos de chumbo”. A época da pluralidade partidária e liberdade de expressão demandaram que os artistas se renovassem e buscassem outros objetos de crítica e outras maneiras de explorá-los.

Esse processo resultou no aprimoramento do cartum, o gênero atemporal que critica comportamentos e ideias, não se referindo a pessoas ou fatos efêmeros. O cartum ganhou força por sua perenidade, ante a fugacidade da charge, que durava o momento da notícia. A inadequação da antiga charge nos anos 90 demonstrou que o gênero não sobrevive sem uma linha editorial bem definida e coerente com a opinião pública, o que pode ser explicado até certo ponto pela opinião de alguns cientistas políticos que afirmam que a sociedade, de uma maneira geral, se tornou mais politicamente apática após o fim da ditadura.

Dentre os temas do cartum, a crítica social foi a que mais gerou resultados e retorno do público, que enfim, via-se satirizado nos desenhos. Poderíamos citar alguns fatores que contribuíram para isso, como a fragmentação da sociedade, o culto à celebridade instantânea e o vasto acesso à informação, mas não passariam de especulações. Ainda não foi feito um estudo que explicitasse as causas do sucesso do gênero. O que se sabe é que, dentre os novos cartunistas ou chargistas que surgiram após o fim do século XX, quase todos buscaram explorar essa verve. Tiveram em comum, além disso, a propagação de sua arte e ideias pela Internet, meio que os colocaram no mesmo grau de visibilidade dos chargistas de jornal, senão em maior grau, pois sabe-se que a velocidade do fluxo de informação na rede mundial de computadores é muito maior do que em meios tradicionais. A fama na Internet possibilitou aos jornais e editoras especializadas em cartum investirem com um pouco mais de certeza nos artistas, sendo que enquanto estes chegavam aos meios impressos já com certa notoriedade, as grandes empresas garantiam seu *establishment* e sua vanguarda ao mesmo tempo por apostarem nestes novos talentos.

Os cartunistas que foram objeto de estudo desta pesquisa foram os primeiros a alcançar o *mainstream* por este caminho, que hoje em dia parece ser o percurso lógico a ser seguido por quem aspira seguir esta carreira. A importância da Internet

no gênero tornou-se tão grande que, atualmente, quase todos os cartunistas (inclusive os antigos) possuem um site para hospedarem e divulgarem seus desenhos. Pelo menos neste sentido, pode-se dizer que a nova geração incorporou algum valor à prática do cartum.

8. REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Paulo Roberto de. **Uma política externa engajada: a diplomacia do governo Lula**. Revista Brasileira de Política Internacional, p. 162-194, 2004.

ALTHUSSER, Louis. **Lo que no puede durar en el Partido Comunista**. Madrid : Siglo XXI, 1978.

ANDRADE, Lidianne. **Humor para os fortes**. Revista O Grito. Recife, 2009. <http://www.revistaogrito.com/page/2009/08/andre-dahmer/>

ATTON, Chris. **Alternative Media**. London: SAGE Publications, 2002.

BARBOSA, Elisabete. **Jornalistas e público: novas funções no ambiente online**. Agora Net #2, 2002.

BARCELLOS, Caco. **Abusado**. O dono do morro Dona Marta. São Paulo: Editora Record, 2004.

_____. **Rota 66**. A história da polícia que mata. São Paulo, Record, 2002

BELO, Eduardo. **Livro-reportagem**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1960.

BOBBIO, Noberto. **Direita e esquerda. Razões e significados de uma distinção política**. São Paulo: UNESP

BOLZANI, Caio Augustus Moraes. **Residências Inteligentes. Domótica, redes domésticas, automação residencial**. São Paulo: Editora Livraria de Física, 2004.

BORTONI, Larissa e MOURA, Ronaldo de. **Mapa da Corrupção no Governo FHC**. São Paulo, Editora Perseu Abramo, 1ª edição, 2002.

BREGUEZ, Sebastião. **O jornalismo no final do século XX**. Sala de Prensa, Año III, Vol. 2, Junho, 2000.

CALDAS, Álvaro. **Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da Internet**. Rio de Janeiro: Edições Loyola, 2002.

CARDOSO, Fernando Henrique. **A política externa do Brasil no início de um novo século: uma mensagem do Presidente da República**. Rev. bras. polít. int. vol.44 no.1 Brasília *Jan./June* 2001.

CARDOSO, Everton Terres. **Crítica de um enunciador ausente: a configuração da opinião no jornalismo cultural**. Em *Questão*, vol 13, nº 2, 2007.

CARNEIRO, Ricardo. **A supremacia dos mercados e a política econômica do governo Lula**. Ricardo Carneiro (org)... [et al]. São Paulo, editora Unesp, 2006.

CARVALHO, Cristina Helena Almeida de. **O PROUNI do governo Lula e o jogo político em torno do acesso ao ensino superior**. Campinas: Educ. Soc., vol. 27, n.96, Especial, p. 979-1000, out, 2006.

CASTANHO, Sandra Maria. **Tortura: uma estratégia para coibir os inimigos do regime militar**. Maringá: UEM, ano 1, nº 02, 2001.

CASTELLI, Eugenio. **Lengua y redacción periodística**. Rosário: Colmegna, 1968.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet. Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASTRO, Ruy. **O anjo pornográfico**. A vida de Nelson Rodrigues. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

CAVALCANTI, Luiz Otávio. **Como a corrupção abalou o governo Lula**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.

CINTRA, Marcos Antônio Macedo. **A reestruturação patrimonial do sistema bancário brasileiro e os ciclos de crédito entre 1995 e 2005**. In: A supremacia dos mercados e a política econômica do governo Lula (Ricardo Carneiro, Org.). São Paulo: UNESP, 2006.

CHAUÍ, Marilena de Souza. **O que é ideologia**. São Paulo: Brasiliense, 1980.

CODATO, Adriano. **Uma história política da transição brasileira: da ditadura militar à democracia**. Curitiba: Revista de Sociologia Brasileira, Vol. 25, p. 83-106, 2005.

COUTO, Claudio G. e ABRUCIO, Fernando. **O segundo governo FHC: coalizões, agendas e instituições**. Revista Tempo Social. São Paulo: USP, 2003.

CRUZ, A. C. S. **Cores da desigualdade: a representação da fome na charge jornalística**. In: XII Colóquio Internacional de Comunicação e Desenvolvimento Regional, 2007, Fortaleza. Regiocom 2007.

_____. **Traço cinza: a negatividade na charge jornalística**. Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do IX Congresso Regional de Ciências da Comunicação, 2007.

FARHI, Maryse. **O impacto dos ciclos de liquidez no Brasil: mercado financeiro, taxas de câmbio, preços e políticas monetárias**. In: A supremacia dos mercados e a política econômica do governo Lula (Ricardo Carneiro, Org.). São Paulo: UNESP, 2006.

FARIA, Daniel. **Revista Wave. Entrevista com o cartunista Arnaldo Branco**. <http://www.revistawave.com/blog/index.php/2008/05/13/entrevista-com-o-cartunista-arnaldo-branco/>. Acessado em 7 de janeiro de 2010.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2004.

FEU, Aumara. **Evolução da Dívida Pública Brasileira**. São Paulo: CMI, 27/10/2002

FICO, Carlos. **Algumas notas sobre historiografia e história da ditadura militar**. *Estudos de História*. Franca: UNESP, v. 8, p. 58-90, 2001.

FIUZA, Guilherme. **3000 dias no Bunker**. São Paulo: Record, 2006.

FLÔRES, Onici. **A leitura da charge**. Canoas: ULBRA, 2002.

FONSECA, J. **Caricatura. A Imagem Gráfica do Humor**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1999.

FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira. **O jornalismo na lógica do capital: mediação ou prestação de serviço?**. Porto Alegre: UFRGS, 2004.

FREITAS, Rosana de C. Martinelli. **O governo Lula e a proteção social no Brasil: desafios e perspectivas**. Rev. katálysis, Florianópolis, v. 10, n. 1, June 2007 . Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-49802007000100008&lng=en&nrm=iso>. access on 01 Nov. 2009. doi: 10.1590/S1414-49802007000100008.

GASPARI, Élio. **A ditadura envergonhada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

GENTILLI, Victor. **O jornalismo brasileiro do AI-5 à distensão: “milagre econômico”, repressão e censura**. São Paulo: Estudos em Jornalismo e Mídia, Vol. I, nº2, 2004.

GUERRA, Josenildo Luiz. **O nascimento do jornalismo moderno**. Uma discussão sobre as competências profissionais, a função e os usos da informação jornalística. Belo Horizonte: INTERCOM - XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2003.

GURGEL, Nair. **A charge numa perspectiva discursiva**. Artigo publicado em <http://www.primeiraversao.unir.br/artigo135.html> e acessado em 31 de maio de 2009.

JORGE, Thais de Mendonça. **Manual do foca: guia de sobrevivência para jornalistas**. São Paulo: Contexto, 2008.

KASZNAR, Istivan Karoly. **O Programa de Aceleração do Crescimento (PAC)**. In Política de gestão pública integrada/Fátima Bayma de Oliveira (org.). Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual. Ensaios sobre o colapso da razão ética**. São Paulo: UNESP, 2005.

LETHÈVES, Jacques. **La caricature et la presse**. Paris: Armand Collin, 1961.

LIMA, Edvaldo Pereira. **O que é livro-reportagem**. São Paulo: Brasiliense, 1993.

LIMA, Herman. **Historia da caricatura no Brasil**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1963.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2001.

LINS, Ênio. **A charge política**. São Paulo: Revista Princípios, nº 13, p. 57-63, 1986.

LIPORACI, Erika. **No covil de Allan Sieber. HQ's e fanzines**. <http://www.cronicascariocas.com.br/HQs.html> (acessado em 10 de janeiro de 2010).

MACARINI, José Pedro. **A política econômica do governo Costa e Silva: 1967-1969**. Rio de Janeiro: Revista de Economia, 10 (3), p. 453-489, set/dez, 2006.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luiz. **Redacción periodística**. Barcelona: ATE, 1974.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

_____. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro.** São Paulo: Mantiqueira, 2003.

MATTOS, Alessandro Nicoli de. **Informação é prata, compreensão é ouro. Um guia para todos sobre como produzir e conseguir informação na era da compreensão.** São Paulo: sem editora, 2009.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda.** São Paulo: Summus, 1988.

MILLA, Betty. **Brasileiro sem complexo de inferioridade.** In: *Folha de S.Paulo*, 07 de janeiro de 2003

MORAIS, Fernando. **Chatô, o rei do Brasil.** São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

_____. **Na toca dos leões.** São Paulo: Planeta, 2005.

_____. **O mago.** São Paulo: Planeta, 2008.

NERY, João Elias. **Charge e caricatura na construção de imagens públicas.** Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1998

NEVES, Flora. **Telejornalismo e poder nas eleições.** São Paulo: Summus, 2008.

NICOLA, Ricardo. **Cibersociedade: quem é você no mundo on-line?** São Paulo: SENAC, 2003.

OFFE, Claus. **A democracia partidária competitiva e o welfare state keynesiano: fatores de estabilidade e desorganização.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

OLIVEIRA, Neide Aparecida Arruda e ALMEIDA, Lara Monique O.. **Gêneros jornalísticos opinativos de humor: caricaturas e charges**. Lorena: Janus, ano 3, nº4, 2º semestre, 2006.

PACCOLA, Carina. **Um retrato de quem retrata o mundo**. Tese de Pós-Graduação. Londrina: UEL, 2003.

PAULANI, Leda Maria. **Brasil *Delivery*: A política econômica do governo Lula**. Revista de Economia Política, vol. 23, nº 4 (92), outubro-dezembro, 2003.

PAVILIK, John. ***The impact of technology on journalism***. *Journalism Studies*, volume 1, número 2, 2000.

PENA, Felipe. **Teorias do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

_____ **Jornalismo literário**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

PEREIRA, Rose Mary Ferreira e ROCHA, Thaís Ferreira. **Discurso midiático: análise retórico-jornalística do gênero editorial**. Maceió: UFAL, 2006.

PIERANTI, Octavio Penna. **Políticas públicas para radiofusão e imprensa**. Rio de Janeiro:FGV, 2007.

PIERONI, Cristiane Perrucho. **O *Pasquim* e suas influências sobre a charge baiana**. Trabalho de Conclusão de Curso. Salvador: UFBA, 1998.

PILAGALLO, Oscar. **O Brasil em sobressalto. 80 anos de história contados pela Folha**. São Paulo: Publifolha, 2002.

PINHO, J.B. **Jornalismo na internet. Planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

RACY, José Caio. **Economia brasileira contemporânea (1945-2004)**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005

ROSSETTI, Regina e VARGAS, Herom. **A recriação da realidade na crônica jornalística brasileira**. São Paulo: UniRevista, Vol. 1, nº3, Julho, 2006.

RUBIM, A. A. C. **Cultura e Política na Eleição de 2002: As Estratégias de Lula Presidente**. In: XII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós. Recife: Compós 2003.

SALLUM JR., Brasílio. **Metamorfoses do Estado brasileiro no final do século XX**. Revista Brasileira de Ciências Sociais. Vol. 18 nº52. São Paulo: Junho, 2003.

SAVIANI REY, Luiz Roberto. **Jornalismo opinativo: dilema ou questão de dimensão e conteúdo?** Campinhas: Revista de Estudos em Jornalismo, 5(2), p. 59-68, 2002.

SCHMIDT, Mário F. **500 anos de história mal contada**. Rio de Janeiro: Nova Geração, 1997.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** Rio de Janeiro: Edições Loyola, 2005.

SKIDMORE, Thomas E. **Brasil de Castelo a Tancredo**. São Paulo: Paz e Terra, 1988.

SOARES, Glauco Ary Dillon. **Censura durante o regime autoritário. A cronologia da censura**. Revista Brasileira de Antropologia, 1989.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos do jornalismo impresso**. Porto, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Vol. I – Por que as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

VILAS BOAS, Sérgio. **Biografias & biógrafos**. Jornalismo sobre personagens. São Paulo, Editora Summus, 2002.

_____ **Perfis e como escrevê-los**. São Paulo: Editora Summus, 2003.

VIVALDI, Martín Gonzalo. **Generos periodísticos**. Madrid: Paraninfo, 1973.

WOLF, Mauro. **Teoria das comunicações em massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

Referências on-line.

<http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2009/08/20/numero-de-usuarios-ativos-da-internet-no-brasil-cresceu-10-em-julho-757490363.asp>, acessado em 16 de novembro de 2009.

<http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,MUL100648-7084,00-ANDRE+DAHMER+SE+JUNTA+AO+TIME+DE+QUADRINISTAS+DO+G.html>

www.allansieber.com.br